



Межрегиональные  
исследования  
в общественных науках

Министерство  
образования и науки  
Российской  
Федерации

**ИНО-центр**  
(Информация. Наука.  
Образование)

Институт имени  
Кеннана Центра  
Вудро Вильсона  
(США)

Корпорация Карнеги  
в Нью-Йорке (США)

Фонд Джона Д.  
и Кэтрин Т. Мак-Артуров  
(США)



Данное издание осуществлено в рамках программы «Межрегиональные исследования в общественных науках», реализуемой совместно Министерством образования и науки РФ, **ИНО**-центром (Информация. Наука. Образование) и Институтом имени Кеннана Центра Вудро Вильсона при поддержке Корпорации Карнеги в Нью-Йорке (США), Фонда Джона Д. и Кэтрин Т. Мак-Артуров (США). Точка зрения, отраженная в данном издании, может не совпадать с точкой зрения доноров и организаторов программы.

# СОВЕТСКОЕ ПРОШЛОЕ И КУЛЬТУРА НАСТОЯЩЕГО

Монография

В двух томах  
Том 2

Екатеринбург  
Издательство  
Уральского университета  
2009

ББК ТЗ(2)6-7

С561

Печатается по решению Научного совета программы  
«Межрегиональные исследования в общественных науках»

**Рецензенты:**

доктор филологических наук, профессор  
*Леонид Петрович Крысин*  
(Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН);

доктор филологических наук, профессор  
*Владимир Александрович Салимовский*  
(ГОУ ВПО «Пермский государственный университет»)

**Советское прошлое и культура настоящего** : монография :  
С561 в 2 т. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. — Екатеринбург :  
Изд-во Урал. ун-та, 2009. — Т. 2. — 396 с. — (Труды Уральского  
МИОНа; вып. 21).

ISBN 978-5-7996-0472-1 (т. 2). — ISBN 978-5-7996-0470-7

В двухтомной коллективной монографии осуществляется опыт междисциплинарного исследования советской культуры, ее текстов, ценностных установок, стереотипов, а также многообразных трансформаций советских культурных образцов. В центре внимания исследователей — проблема осмысления советского культурного наследия. Авторами разрабатывается комплексная методика анализа, на основе которой систематизируется культурологически значимый материал, рассматриваемый с позиций современного гуманитарного знания.

Во втором томе коллективной монографии, посвященной исследованию советского культурного прошлого в проекции на культуру настоящего, осуществляется лингвокультурологический, социолингвистический, психолингвистический, коммуникативно-прагматический, собственно культурологический анализ проблемы. Многостороннее обоснование получают гипотезы событийно-полевой активизации советских культурных практик и семиотической диагностики текстов культуры. Вербальные знаки и подсистемы советского идеологического кода извлекаются из словарей, монологических и диалогических текстов разных жанров, функционирующих в СМИ, рекламе, интернете, политическом дискурсе и обыденной коммуникации. Предлагается интерпретация феномена востребованности советской культуры.

Для филологов, культурологов, социологов, социальных работников, политологов, журналистов и работников культуры.

**ББК ТЗ(2)6-7**

*Книга распространяется бесплатно*

ISBN 978-5-7996-0472-1 (т. 2)

ISBN 978-5-7996-0470-7

© ИНО-центр, 2009

© УрМИОН, 2009

© Коллектив авторов, 2009

# Содержание

## Раздел 3. Советские культурные практики в СМИ и рекламе

Повторение пройденного: дискурсивные практики советской журналистики в современной региональной прессе ( <i>Э. В. Чепкина</i> ) .....	8
Советизмы в публицистике современного Казахстана ( <i>Р. О. Туксаитова</i> ) .....	20
Советское наследие в читательском опыте адресата современных медиа (система образов изданий для разных целевых аудиторий) ( <i>Т. Л. Каминская</i> ) .....	28
Советский шик и российский гламур: ценности и репрезентации ( <i>М. Ю. Гудова</i> ) .....	39
Аксиология коммуникативного поведения в оппозиционном дискурсе радио (на материале авторских программ радиостанции «Эхо Москвы») ( <i>Л. И. Ермоленкина</i> ) .....	54
Прецедентные тексты и прецедентный стиль в современном агитационном дискурсе ( <i>М. С. Саломатина, И. А. Стернин</i> ) .....	67
Советский интертекст в дискурсе региональных СМИ: трансформации и функции ( <i>З. И. Резанова</i> ) .....	76
Идеологема «героизм советского народа» на фоне прошлых и современных войн ( <i>В. М. Амиров, Л. М. Майданова</i> ) .....	90
Представления о <i>богатых</i> и <i>бедных</i> (по данным районных газет Урала и Зауралья) ( <i>О. В. Ильина</i> ) .....	108
Речевой портрет губернатора Э. Росселя: советская составляющая ( <i>Л. В. Енина</i> ) .....	119
Строитель всегда строитель: культурные стереотипы советской эпохи и обыденные обстоятельства современности ( <i>Е. Ю. Протасова</i> ) .....	131
О степени прецедентности советских культурных знаков в современной рекламе ( <i>Ю. Б. ПикULEVA</i> ) .....	148
<i>Литература</i> .....	162

## Раздел 4. Советская культура вчера и сегодня:

### лингвистический взгляд

Эволюция русской языковой картины мира в советскую и постсоветскую эпоху (А. Д. Шмелёв).....	171
Советские идеологические традиции сегодня (Н. А. Купина).....	186
Ностальгия по советскому прошлому (А. Мустайоки).....	209
Рефлексия советского как база для развития качественного значения лексемы <i>советский</i> в постсоветский период (И. Т. Вепрева).....	220
Лексема <i>Sowjetunion</i> как базовая идеологема немецкого языка ГДР (по материалам немецких газет 1950 — 1990 годов) (Н. С. Павлова).....	231
Современное состояние советизмов: словарь, семантические и функционально-стилистические изменения (З. С. Санджи-Гаряева).....	243
Религионизмы в словарях советского периода: приемы манипуляции (Ю. Н. Михайлова).....	254
Советская и постсоветская массовая словесная культура: общее и различное (А. П. Романенко).....	264
Советские лингвокультурные практики: вторжение в повседневность (О. А. Михайлова).....	278
Постсоветский смысл советизма <i>бомж</i> (И. Г. Овчинникова).....	288
Советская составляющая уральской просторечной культуры (И. В. Шалина).....	304
Советские имена улиц в современном городе (Т. В. Шмелёва).....	322
Вербальные символы СССР в современной коммерческой номинации (М. В. Голомидова).....	332
Эволюция лингвистической советологии (Э. В. Будаев, А. П. Чудинов).....	349
Литература .....	379
Сведения об авторах .....	392

### *Раздел 3*

## Советские культурные практики в СМИ и рекламе

## Повторение пройденного: дискурсивные практики советской журналистики в современной региональной прессе

*Э. В. Чепкина*

Региональная пресса современной России характеризуется ростом числа новых изданий. Однако костяком этой прессы, определяющим ее общий облик, по-прежнему остаются газеты районов и небольших городов. Абсолютное большинство этих изданий подконтрольно местной власти и имеет одинаковые идеологические и стилистические характеристики. Практики советской журналистики никогда не уходили совсем из такой прессы. Но в последние годы очевидно большее возвратное движение местных газет к советским методам влияния на аудиторию.

К дискурсивным практикам, не претерпевшим значительных изменений в постсоветское время, следует отнести открытую идеологичность текстов. Политико-идеологические мотивы прежде всего определяют отбор событий и персонажей для местной прессы, стилистику текстов. Функцию проводника идеологических установок власти региональная пресса выполняла практически с момента своего рождения. Напомним, что в подавляющем большинстве городские и районные газеты были созданы в 30-е годы XX века как органы местных комитетов коммунистической партии.

Н. А. Купина отмечает, что в советскую эпоху был выработан «особый тип идеологически правильного коммуникативного поведения, соответствующего официальным идеологическим нормам» [Купина 2004: 33]. Значительную роль в выработке правил такого поведения играли средства массовой информации. И современная районная пресса по-прежнему демонстрирует идеологически правильную коммуникацию, в которой царят квазитолерантные, практически исключаящие упоминание противоре-



чий и конфликтов взаимоотношения власти, журналистов и читательской аудитории. Таким образом воспроизводится важнейшая советская идеология единства общества. Так, текст под заголовком *«Мы — единомышленники»* включает в число единомышленников и членов партии «Единая Россия», и журналистов газеты, и ее читателей: *В прошедшую пятницу в районном Доме культуры состоялось общее собрание Крутинского местного отделения всероссийской политической партии «Единая Россия». Здравствуйте, уважаемые единомышленники, обращались «единороссы» к собравшимся в зале. Надо отметить, что единомышленников собралось практически полный зал. И ряды партии продолжают расти\** (Ваша сельская трибуна. 2008. 8 февр. Омская обл.).

В рамках дискурсивных практик демонстрации единства общества любопытно возвращение на страницы местной прессы информации о коллективных обсуждениях выступлений главы государства: *«В нашем Управлении Министерства труда и социального развития в Нижнеомском районе состоялось внутриколлективное обсуждение выступления президента В. В. Путина на заседании государственного Совета, которое состоялось в Москве в конце первой декады февраля. Речь шла о достигнутых успехах в развитии страны, о росте ВВП, о демографии, о снижении налогов, о доходах, инновациях и о многом другом, что волнует сегодня каждого россиянина. А тем более накануне выборов. В ходе обсуждения мы пришли к единому мнению, что необходимо поддерживать политику действующего президента, курс которого очень важно продолжать и дальше. И мы все, а также совершеннолетние члены наших семей, 2 марта обязательно посетим избирательные участки, чтобы отдать свой голос за продолжение всех действующих инновационных программ. Мы все желаем того, чтобы наша страна и дальше укрепляла позиции мирового лидера, а мы все жили достойно»*, — выразил точку зрения своего коллектива заместитель руководителя Управления Минсоцразвития С. Г. Достовалов (Решение за курс президента // Восход. 2008. 8 февр. Омская обл.).

В заметке о состоявшемся коллективном обсуждении речи президента нет ни слова о возможной полемике. Напротив, многократно подчеркнуты смыслы единства: *мы пришли к единому мнению*, трижды повторенные местоимения *мы все*.

Существенно, что журналист местной прессы по-прежнему выполняет типичную для советского времени роль пропагандистского субъекта,

---

\* Здесь и далее в примерах стилистические и иные ошибки не правятся и не комментируются.

призванного отражать позицию власти. Такие функции средств массовой информации, как предоставление возможности высказаться разным политическим и общественным группам, организация дискуссий на социально значимые темы, освещение актуальных событий с разных точек зрения, в региональной прессе, в общем, так и не прижились в постсоветское двадцатилетие.

Типичные иллюстрации осуществления прессой агитационно-пропагандистской функции дают публикации предвыборного периода. Так, в текстах накануне выборов 2007 года в Государственную Думу и выборов президента в 2008 году видна забота о том, чтобы обеспечить явку граждан на выборы. Причем от выборов не ожидают никаких политических перемен. Участие в них рассматривается как подтверждение лояльности граждан по отношению к существующей власти: *...заместитель министра здравоохранения области и уполномоченный партии «Единая Россия» по Крутинскому району В. Н. Харитонов выразил уверенность, что в марте крутинцы вновь, как и в декабре, сделают правильный выбор, а по явке избирателей вновь окажутся на первом месте в области. Нам остается только оправдать доверие* (Мы — единомышленники // Ваша сельская трибуна. 2008. 8 февр. Омская обл.); *Действующий Президент много сделал для поддержки нового поколения. Достаточно вспомнить о национальных проектах «Образование», «Жилье молодым» и т.д. Так что выбрать достойного президента, который продолжит начатое, — дело чести каждого молодого человека. И, уверен, молодые сделают свой выбор. Верный* (Верим в молодежь — верим в будущее // Целинник НВ. 2008. 15 февр. Омская обл.). Процитированные заключительные фразы в обоих текстах ярко иллюстрируют то, что, по мысли авторов, выбор предопределен. Сигнал адресату однозначен: ты должен принять участие в выборах и твое решение должно быть таким, как мы подсказываем. В основе подобной логики «лежит принудительный выбор: вы свободны принимать решения при условии, что вы делаете правильный выбор» [Жижек 2002: 9].

Так как в дискурсе районных и городских газет ситуация выбора из нескольких возможных кандидатов девальвируется, то сам день выборов, вполне в советском духе, расценивается как торжественное событие, что-то вроде праздника, прерывающего обыденное течение жизни. Так, выступая в газете накануне выборов президента, глава одного из сельских поселений Омской области ностальгически вспоминает об участии в выборах в советское время: *Я до сих пор помню свои первые выборы... Служил тогда в армии, где, как известно, всюду ходят только строем.*

*А вот в день выборов в Верховный Совет СССР у нас была «демократия», когда могли передвигаться свободно. В обед для всех военнослужащих устроили чаепитие с конфетами и печеньем. Так что для нас это был настоящий праздник. На нынешнем посту, совместно с членами избирательной комиссии, стараемся сделать все, чтобы выборы любого уровня запомнились молодым избирателям на всю жизнь. Готовим, как правило, большую культурную программу, вручаем впервые пришедшим на выборы сувениры. Разумеется, перед этим событием проводим с молодежью разъяснительную работу, в ходе которой объясняем важность и значимость именно их участия в выборах (Верим в молодежь — верим в будущее // Целинник НВ. 2008. 15 февр. Омская обл.).*

Мы видим, что в сопоставлении выборов советского времени с выборами 2008 года подчеркнуты лишь элементы тождества: нет ни слова о том, что советские выборы носили бутафорский характер, политический смысл ситуации выбора представителей власти вообще остается за рамками разговора.

Воскресла в региональной прессе и идеологема руководящей роли партии, одна из ключевых в советское время [Купина 2004: 38]. Снова то положительное, что отмечает газета, представляется результатом деятельности одной политической партии. Прочитируем письмо читателя, в котором благодарность партии «Единая Россия» выражена от имени ветеранов и инвалидов: *Теперь в нашем ФАПе работает врач общей практики Е. И. Перевозчикова. Три дня в неделю ведет прием, затем — обход по селу, а ведь село наше немаленькое! Елена Ивановна и рецепт выпишет, при необходимости и талон может дать. Это же какое для всех сельчан удобство! И как она ласкова с нами. О работниках нашего ФАПa говорят только хорошее. Большое спасибо главному врачу С. Н. Орлову за такое доброе дело. Не зря мы голосовали за «Единую Россию».* Д. Кулькин, по просьбе ветеранов и инвалидов. С. Воскресенка (Сельчанам удобно // Сибиряк. 2008. 30 янв. Омская обл.).

Если утверждения об исключительной роли одной партии вновь появились относительно недавно, то приписывание заслуг в улучшении жизни жителей региона местным органам власти — никогда не исчезающий лейтмотив в районных и городских газетах. Информационная заметка *«Итог работы — повышение рождаемости»* сообщает о том, что ...*состоялось заседание межведомственной комиссии по вопросам демографии, семьи, женщин и детей. Подводя итоги прошлого года, председатель комиссии В. Старшова отметила, что план 2007-го был полностью выполнен. Результатом работы всех структурных под-*

*разделений стало увеличение рождаемости — 472 малыша родилось в 2007 году, что на 48 больше, чем в 2006 году* (Таврические новости. 2008. 5 февр. Омская обл.). Здесь же подчеркнуто, что местные власти действуют в единстве с политикой российского правительства: *Большую роль в этом [в повышении рождаемости] сыграли постановления Правительства — 22 вида социальных выплат производилось в прошлом году...* (Там же).

Сервильность прессы по отношению к местной власти приводит к узости тематики публикаций, дисбалансу персонажей в журналистских текстах. Среди персонажей абсолютно преобладают по частотности упоминаний представители власти, что характерно не только для региональной прессы, но и для телевидения и радио [Енина 2006]. Нередко районные газеты освещают лишь те события, в которых принимал участие кто-нибудь из местных руководителей. Первые полосы занимает информация о работе административных органов, даже если речь идет о рутинных совещаниях и собраниях. Типичный пример — заметка под рубрикой *«Заседание межведомственной комиссии»: 23 января в здании администрации Большеуковского муниципального района проходило совместное заседание сразу трех межведомственных комиссий — по кадровой политике, охране труда и трехсторонней районной комиссии. Несмотря на некоторое различие в части специальных полномочий, на то, что каждая из комиссий работала по собственной, утвержденной повестке, вопросы, которые были подняты на заседании, имели общую направленность, подразумевали единую цель — соблюсти интересы рабочего человека, обеспечить социально-трудовые отношения в рамках соответствующих предъявляемым требованиям* (На повестке вопросы охраны труда, кадровой политики // Луч. 2008. 1 февр. Омская обл.). Отсутствие конкретных фактов, информации о принятии каких-либо значимых для жителей района решений выводит текст за рамки классических практик журналистского дискурса, основанных на поиске того, что отличает сегодняшний день от вчерашнего и может заинтересовать читательскую аудиторию. Зато здесь соблюдается главный идеологический критерий отбора и интерпретации информации в прессе, подконтрольной органам власти, — политическая целесообразность. Еще раз подчеркнуто, что у органов власти всегда *единая цель — соблюсти интересы рабочего человека*.

Социолог Н. Луман видит в такого рода сообщениях, не несущих новой информации, ритуальное подчеркивание социальной солидарности. Избыточная, бессодержательная коммуникация «может использоваться для подтверждения социальной сплоченности: люди пересказывают

друг другу одно и то же, чтобы засвидетельствовать солидарность» [Луман 2005: 22].

Местная пресса продолжает поддерживать и такую практику СМИ советского времени, как исключение информации о негативных событиях, в особенности таких, которые могут продемонстрировать неэффективность действий власти. На эту черту советского дискурса указывает философ С. Жижек: «...следует обратить внимание на то, как сталинизм... с его готовностью пожертвовать миллионами жизней ради своей цели, обращаться с людьми как с незначимым материалом, был в то же самое время режимом, наиболее чувствительным к *соблюдению надлежащих приличий*: он совершенно панически реагировал всякий раз, когда возникала угроза, что эти приличия будут нарушены (скажем, какой-то несчастный случай, который недвусмысленно показывал несостоятельность режима, получал освещение в публичных средствах массовой информации: в советских средствах массовой информации не было ни некрологов, ни сообщений о преступлениях и проституции, не говоря уже о протестах рабочих или общественности)» [Жижек 2002: 16].

Сегодня ситуация несколько более сложная, но сохранение самой тенденции несомненно. Конечно, в постсоветское время тематика публикаций расширилась и степень их остроты несколько увеличилась. Но сохраняется множество информационных табу, прежде всего в отношении деятельности представителей власти. Жизнь регионов предстает на диво стабильной, бесконфликтной, потому что крайне мало публикуется текстов о таких реальных проблемах повседневной жизни сел и маленьких городов, как безработица, пьянство, наркомания, насилие в семье. Даже если эти проблемы упоминаются, то вскользь, как необъяснимое, иррациональное зло, без осмысления причин.

Расширение тематики наиболее убедительно демонстрирует информирование об уголовных преступлениях в форме криминальной хроники. Это типичная черта прессы, в том числе региональной, в постсоветское время. Как правило, хроникой местные газеты и ограничиваются — аналитические публикации крайне редки. В последнее время, однако, видна тенденция к ограничению текстов этого жанра или даже отказу от них. Взамен, в духе советского времени, публикуются отчеты работников силовых структур о большой проделанной работе. Вслед за О. Крыштановской мы относим к силовым структурам всех «людей в погонах»: «Для обозначения этой группы людей в 90-е годы в российском политическом сленге закрепилось понятие “силовики”, а совокупность военизированных ведомств России стали называть “силовыми структурами”» [Крыш-

тановская 2005: 269]. Городские и районные газеты охотно размещают в своих номерах отчеты работников прокуратуры, милиции, ГИБДД и т. д. Эти тексты ориентированы исключительно на нормы официально-делового стиля, что означает игнорирование такой черты журналистских текстов, как «читабельность», забота о привлечении и удержании читательского интереса: *Координирующим органом системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в районе является комиссия по делам несовершеннолетних и защите их прав. На очередном ежемесячном заседании зам. главы района по социальной политике Р. Хакимов познакомил членов комиссии с представлением районной прокуратуры «Об устранении нарушения законодательства по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних», а также с информацией прокуратуры области, ГУВД и межведомственной комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав при правительстве области по итогам работы за шесть месяцев* (Больше внимания несовершеннолетним // Восход 2006. 26 сент. Челябинская обл.). Для региональной прессы по-прежнему характерно предпочтение идеологической выверенности в ущерб интересам читателей. Тексты пишутся без учета того, что газета предполагает чтение по произвольному выбору, в свободное время, прежде всего с рекреативными целями, и что поэтому ее стилистике чужда стихия деловой речи. Можно говорить о том, что для редакции, судя по содержанию газет, важнее в качестве читателей не жители города или района, а другой, косвенный адресат [Кларк, Карлсон 1986]. Таким косвенным адресатом могут выступать представители власти — те, чья точка зрения абсолютно преобладает в региональной прессе, и те, кому адресуются стилистически небрежные и малосодержательные, зато идеологически правильные тексты.

Одновременно в отношении прямого адресата — жителей районов и небольших городов газеты сохраняют такую ключевую дискурсивную практику советского времени, как отношение к аудитории в качестве пассивного объекта воздействия, прежде всего политико-идеологического. Как если бы по умолчанию предполагалась идеологическая кооперация [Купина 2004: 51] региональной власти, коллектива редакции и читательской аудитории.

Характерна в этом отношении работа с читательскими письмами — значимая практика советской прессы, когда обязательным было количественное преобладание текстов внештатных авторов над текстами журналистов. Именно районные и городские газеты продолжали в 90-е годы и продолжают сегодня регулярно публиковать письма читателей на своих

страницах. При этом читательская почта, как и в советские времена, не представляет широкого спектра мнений [Каминская 2008: 83], идеологически и стилистически тексты писем крайне мало отличаются от публикаций самих журналистов.

Например, регулярно публикуемая страница «Читатель — газета — читатель» в газете «Сибиряк» Омской области в одном из январских номеров 2008 года включает обзор читательских писем с типичным оптимистическим настроением относительно жизни района: *Жизнь не стоит на месте, постоянно что-то меняется и многое — в лучшую сторону. Все реже люди хотят уезжать жить и работать в другую страну, даже местом отдыха выбирают не заграничные курорты, а не исхоженные еще туристами красивые уголки России. Многие еще не так, но... мы вновь крестим своих детей в православной церкви, все чаще вспоминаем старинные обряды. Мы строим жилье в своем городе и приобретаем профессию остаемся здесь же. Все вышесказанное — из ваших писем, уважаемые читатели... Ведь из них мы узнаем настроение земляков* (В почтовом ящике «Сибиряка» // Сибиряк. 2008. 30 янв. Омская обл.). Остальные восемь публикаций на полосе также положительны по тональности, из них пять представляют собой благодарность от читателей — депутату районного совета, администрации почтамта, обществу инвалидов, главному врачу районной больницы, работнику социальной службы. Так что жизнь района и в письмах читателей выглядит безоблачной.

Для региональных газет типично ритуальное воспроизведение идеологических штампов, адресованное «тому, кто верит вместо меня» [Жижек 2005] — гипотетическому адресату, который примет все идеологические ярлыки и соответствующие им интерпретации актуальных событий за адекватное описание объективной реальности. С. Жижек пишет о существовании феномена «субъекта, предположительно верящего», когда человек всего лишь делает вид, что верит во что-либо, так как он считает, что есть кто-то верящий на самом деле и что эту веру следует поддерживать: «...мы проходим через ритуал Санта-Клауса, поскольку наши дети (предположительно) верят в него, и нам не хочется их разочаровывать; они делают вид, что верят, чтобы не разочаровывать нас, нашу веру в их наивность и т. д. и т. п.» [Там же: 6]. Этот механизм востребован и в политике, когда, как отмечает Жижек, циничный политик проповедует ценности, в которые не верит, и может сказать в минуту честности: «Я не могу разочаровать простых людей, которые верят в это (или в меня)» [Там же: 6–7].

Читатели региональной прессы аналогичным образом конструируются в журналистских текстах как субъекты, предположительно верящие в утверждения газеты: для публичного слова оказывается важнее утверждать идеал, чем указывать на реальные проблемы.

Вполне в духе советской теории воспитания нового человека региональная пресса до сих пор адресата в первую очередь воспитывает и лишь во вторую — информирует. Это хорошо видно по директивному тону заголовков: *«Надо полнее использовать резервы»* (Правда Севера. 2008. 1 февр. Омская обл.); *«Патриотов воспитывать сегодня»* (Таврические новости. 2007. 25 дек. Омская обл.); *«Сохранить и приумножить наше богатство»* (Нязепетровские вести. 2006. 15 сент. Челябинская обл.); *«Учить по-русски»* (Огни Камы. 2007. 1 сент. Пермская обл.).

Директивность современного газетного языка в регионах, безусловно, имеет связь с функцией предписательности, которая отмечена как основная функция советского (тоталитарного) языка [Купина 2006: 518]. Модальность долженствования связана также с типичной для советского времени инфантилизацией аудитории СМИ, конструированием адресата как объекта воспитания со стороны государства [Геллер 1994].

Образ инфантильного адресата просматривается и в том, что множество заголовков содержит банальные утверждения, прописные истины: *«Воспитание детей — это большая ответственность»* (Ярковские известия. 2006. 7 апр. Тюменская обл.); *«Хочешь ребенка — не делай аборт»* (Сибирский труженик. 2006. 18 авг. Омская обл.); *«Надои повышаются там, где есть забота»* (Голышмановский вестник. 2006. 27 февр. Тюменская обл.); *«Газ — благо, если пользоваться им с умом...»* (Сибиряк. 2008. 30 янв. Омская обл.).

Такие же банальности частотны в текстах, нередко целые бессодержательные абзацы: *Лес — наша гордость, краса и защита. Наше «зеленое золото» и «легкие» планеты. <...> Злейшим врагом леса является лесной пожар. С глубокой древности пожары приносят лесам самые разрушительные последствия. Лес как одна из самых долговечных природных систем трудно поддается восстановлению, а на отдельных видах почвы теряет такую способность* (Сохранить и приумножить наше богатство // Нязепетровские вести. 2006. 15 сент. Челябинская обл.).

Язык региональной прессы остается важнейшим носителем советских идеологических схем. Этому способствует обилие стилистических и языковых штампов, большинство которых — из советского времени. Например, заголовок *«Сельская активистка»* к тексту о женщине, которая по собственной инициативе организовала в поселке библиотеку и по-



том в течение нескольких десятилетий служила на благо просвещения (Маяк. 2008. 18 янв. Омская обл.). Еще несколько типичных иллюстраций из текстов на разные темы: *На страницах нашей газеты неоднократно рассказывалось о фактах незаконной вырубке имеющихся на территории муниципального района лесов. Но отдельные неосознательные граждане в поисках легкой наживы по-прежнему «навещают» колки и насаждения с пилами и топорами (Беречь природу — значит беречь Родину // Целинник НВ. 2008. 8 февр. Омская обл.); ...Вопросы, которые были подняты на заседании, имели общую направленность, подразумевали единую цель — соблюсти интересы рабочего человека, обеспечить социально-трудовые отношения в рамках соответствующих предъявляемым требованиям (На повестке вопросы охраны труда, кадровой политики // Луч. 2008. 1 февр. Омская обл.); В военкомат Любинского района пришли хорошие вести о службе в рядах Вооруженных Сил наших земляков. <...> Азамат уже более 40 раз стоял в карауле, выполняя боевую задачу в мирное время с боевым оружием в руках* (Так служат любинцы // Маяк. 2008. 25 янв. Омская обл.).

По-прежнему актуальна риторика борьбы и победы, так популярная в советской журналистике, «вообще тяготеющей к военной лексике» [Вайль, Генис 1996: 207]. Так, заголовок *«Битва за право подать тепло»* рождает ожидание какой-то боевой ситуации. Между тем речь идет о том, что, по словам работников коммунальных служб, из-за жителей района, имеющих задолженности по оплате коммунальных услуг, не включается отопление. Неплательщики зачислены во враги: названы поименно с указанием домашнего адреса те, у кого долги по квартплате самые большие. Проблема имеет правовой механизм решения, однако районная власть считает воздействие через прессу и тем самым перевод проблемы из правовой плоскости в моральную более удобными. И журналисты соглашались: *...увы, судебные заседания не скоры, долг населения снижается медленно. <...> Почему большинство жителей райцентра из-за безответственности, необъяснимого упрямства, бездумной жизни нескольких сотен должников должно мерзнуть, заболеть? Это ненормально, это аморально!* (Битва за право подать тепло // Восход. 2006. 26 сент. Челябинская обл.). Подробностей битвы с неплательщиками мы не находим, но симптоматична сама военная метафора в решении социального вопроса, а также то, что должники рассматриваются как однородная, недифференцированная масса, отличающаяся *безответственностью и упрямством*. Рациональных причин неплатежей никто не ищет.

И все-таки относительно содержания и стилистики современной региональной прессы надо сказать, что практики советской журналистики не повторяются буквально.

Появилось довольно много публикаций о людях, историю жизни которых невозможно было представить в советских газетах. Так, к 65-летию депортации поволжских немцев газеты Омской области, в которой до сих пор живут семьи многих переселенцев, опубликовали ряд исторических очерков на эту тему. Например: *Я перечитываю материалы, посвященные этому трагическому событию... задаю себе вопрос — зачем? И прихожу к выводу, что эта мера была выгодна политическому руководству СССР как оправдание поражений в первые дни войны, вызванные якобы действиями внутренних врагов — так называемой пятой колонны; за счет выселяемых решался жилищный вопрос для расселения беженцев из прифронтовых районов, и в какой-то мере просматривалось создание дешевой и удобной рабочей силы — трудармии* (В 24 часа // Знамя. 2006. 22 авг. Омская обл.). Ко дню памяти жертв политических репрессий в Пермской области была опубликована история женщины, которая запомнила, будучи маленькой девочкой, как арестовали ее отца, и подробно рассказывает, как жилось семье врага народа (Не повторилось бы лихолетье // Маяк Приуралья. 2007. 1 нояб. Пермская обл.). Таким образом, при сохранении общей установки рассказывать биографии хороших людей-земляков, в круг таких людей теперь попадают и ранее исключавшиеся персонажи.

Несмотря на то что городские и районные газеты, как правило, декларируют единственную идеологическую позицию, их тексты все равно содержат следы, указывающие на наличие других точек зрения. Выше уже упоминались тексты, в которых утверждается исключительная роль партии «Единая Россия». Советское использование этой идеологемы базировалось на том, что никаких иных партий в стране не было. Многопартийная политическая система современной России все же ограничивает возможности использования данной идеологемы — региональные газеты, пусть редко, упоминают и о существовании иных политических сил и партий.

Процесс формирования в современной России гражданского общества, наличие гражданских инициатив время от времени попадают на страницы газет, хотя часто их отражение напоминает кривое зеркало. Так, в газете «Соль земли» (г. Березники, Пермская обл.) активно обсуждалось появление на стенах домов надписей, выражающих протест против размещения в отработанных шахтах предприятия «Уралкалий» могильника ядерных отходов: *Как и год назад, в городе всплыла «страшилка» о ядерных отходах... Как и тогда, авторы лживых инсинуаций*

свою «гражданскую» позицию выражают анонимно (Клевета не пройдет! // Соль земли. 2006. 14 апр. Пермская обл.); *Не так давно другое наше предприятие — АВИСМА — тоже отбивало атаку. АВИСМУ пытались уличить в несуществующих грехах люди, называющие себя эко-логами* (Винных — привлечь к ответственности // Соль земли. 2006. 14 апр. Пермская обл.).

Характерно, что гражданские инициативы, содержащие критику решений, принятых местной властью, приписываются чужим, как, например, в комментарии и. о. главы города Березники А. Лебедева: *Вот уже неделю на стенах наших домов одна за другой появляются надписи. Они — одинаковые, почерк один. Содержание этих надписей — лживое и оскорбительное. Фасады наших домов изуродованы целенаправленно, с умыслом, чтобы создать негативный настрой у жителей города, способствовать распространению лживых слухов. Вряд ли кто-то из березниковцев способен на такое. Логично предположить, что надписи — дело рук приезжих злоумышленников. Березникам нанесен не только моральный, но и материальный ущерб. Фасады 25 домов теперь требуют ремонта* (Винных — привлечь к ответственности // Соль земли. 2006. 14 апр. Пермская обл.). Интересно, что при утверждении коллективной идентичности, единства всего города (*Березникам нанесен ущерб*) надписи рассматриваются только как способ испортить фасады домов, как если бы они совсем не несли смысла.

Советские журналистские практики сегодня нередко выглядят лишь как имитация старых форм, о чем свидетельствуют проговорки дискурса. Например, вступительная фраза в тексте предвыборной тематики: *Мы даем слово тем нашим землякам, кто по достоинству оценивает сегодняшнюю государственную политику* (Наша Иртышская правда. 2008. 22 февр. Омская обл.) — наводит читателя на мысль, что есть и те, кто эту политику не поддерживает. Аналогичный пример того же предвыборного периода из другого издания: *Эта неделя — Неделя молодого избирателя в Нововаршавском районе. Сегодня мы даем слово тем, кто верит в нашу молодежь, надеется на нее* (Верим в молодежь — верим в будущее // Целинник НВ. 2008. 15 февр. Омская обл.).

В подобных случаях можно говорить о стилизации, а не о буквальном повторении советского. Привычные структурно-композиционные, жанровые формы, стилистические конструкции способны передавать новые, уже постсоветские реалии или возвращать читателя к тому опыту советского времени, который был табуирован для обсуждения и даже упоминания в коммунистических газетах.

## Советизмы в публицистике современного Казахстана

*Р. О. Туксаитова*

Лексика как наиболее подвижный, динамичный уровень языковой системы реагирует на происходящие в обществе перемены незамедлительно. Особенно явно это можно наблюдать в периоды радикальных изменений государственного, экономического устройства, которые характеризуются ломкой стереотипных установок поведения, переориентацией морально-этических ценностей, идеологических предпочтений. Нельзя не согласиться с утверждением А. Д. Васильева о том, что «методика обработки населения в направлении, желательном для заказчиков и творцов идеологических моделей, включает сходный лингвистический инструментарий — без сколько-нибудь существенных различий, зависящих от национальных или государственных особенностей: эвфемизация, клиширование, стереотипные словосочетания и др.» [Васильев 2003: 83].

В связи с этим особый интерес представляет использование советизмов в публицистических текстах постсоветского Казахстана. По определению Г. Н. Складневской, «советизмы — ушедшие в пассив слова и словосочетания, обозначающие характерные понятия советского времени, идейные и политические штампы» [Складневская 1998: 5].

Анализ публицистического материала последних лет позволяет выявить круг наиболее частотных слов-советизмов, используемых журналистами. Одним из ключевых слов советской эпохи было существительное *идеология* — система идей, представлений, понятий, выраженная в разных формах общественного сознания — философии, политике, праве, морали, искусстве, религии, и отражающая коренные интересы классов, социальных групп. В публицистических текстах последних лет

наблюдается активизация слов *идеология*, *идея*. Контексты фиксируют различные исторические этапы развития государства с определенными идеологическими установками: *Идея суверенитета и независимости воплощена в жизнь и нуждается в придании ей более активного начала* (Казахстанская правда. 2008. 22 июля); *Общенациональная идея — это не априорная конструкция, а продукт взаимодействия национальных общностей, социальных групп и слоев населения* (Там же. 11 сент.); *Когда у нас говорят о национальной идее, важно понять: она заключается не в том, что мы должны опередить остальные страны по уровню богатства или потребления. Мы больше не должны стремиться опередить, обойти, победить. Сегодня весь мир говорит о том, что нужно выработать такую стратегию, чтобы люди по-прежнему могли обеспечивать свои человеческие потребности* (Новое поколение. 2008. 8 авг.). Слово-сочетание *государственная идеология* указывает на идеологическую направленность политики существующего строя. При этом акцентируется внимание на взаимосвязи интересов власти и общества: *Мы за формирование государственной идеологии, стержнем которой является общенациональная идея. При этом под государственной идеологией понимается система идей и принципов, с которыми согласны и общество, и власть* (Казахстанская правда. 2008. 11 сент.). Идея общности становится определяющей в политике государства и имеет характер идеологического предписания: *История распорядилась так, что Казахстан состоялся как многонациональное государство. Это значимый факт, который спасает страну от национальной изоляции. И все ее граждане просто обязаны руководствоваться идеей общности казахстанцев* (Там же. 3 июня).

Наблюдается активизация в употреблении слова *партия*: *Партия ищет новые подходы, но и журналисты формируют новые методы и формы изобличения социального зла и борьбы с ним* (Там же. 13 марта); *Одним из главных направлений работы партии определено обеспечение эффективной реализации предвыборной платформы «Нур-Отан», в которой основное внимание уделено решению социальных проблем граждан страны* (Там же. 18 янв.). Идеологическая направленность партии задана определенными целевыми установками. Названия тех или иных партий определяют их политическую платформу: *Классическая партия всегда концентрируется вокруг определенной идеологии. Часть наших партий также старается заявить о себе как о приверженцах коммунистических или социал-демократических идеалов* (Свобода слова. 2008. 27 нояб.); *Как видно из названия партии, идеологической платформой «Ауыла» является социал-демократия. Сегодня эта концепция набира-*

ет популярность в стране (Свобода слова. 2008. 18 дек.). Формируется оппозиция *партия хозяев элеваторов — партия защитников интересов жителей аулов*, которая имеет ярко выраженный социальный характер: *На сельской ниве уже несколько лет «паслась» Аграрная партия Казахстана. Но между новой партией и АПК имелись принципиальные различия и даже разногласия, на которых было сделано особое ударение. Лидер партии «Ауыл» Т. Калиев заявил, что АПК — это партия «хозяев элеваторов», то есть основного врага жителей аулов (Там же); Социал-демократическая партия «Ауыл» позиционирует себя как защитник «интересов аула», мелких и средних агропроизводителей (Там же). Обращает на себя внимание частотное употребление определения *правлящая*, указывающего на лидирующее положение партии в государстве: *Первая такая встреча, безусловно, будет проведена с руководством **правлящей партии «Нур-Отан»*** (Казахстанская правда. 2008. 15 авг.); *Надо отметить, что правительство редко ассоциирует себя с **правлящей партией**, вспоминая об этом лишь в крайних случаях* (Новое поколение. 2008. 1 авг.); *«Нур-Отан» в следующем году грандиозно отметит свое 10-летие. Запланирована даже замена старых партбилетов новыми* (Свобода слова. 2008. 4 дек.). Интересна параллель *партия «Нур-отан» — партия КПСС*, выявляющая общее не только в структурной организации данных политических организаций, но и общее в идеологических установках: *Структура **партии «Нур-Отан»** практически один в один воспроизводит такое номенклатурное образование, как КПСС. По сути «Нур-Отан» является продолжением упитанного, длинного и извилистого тела власти* (Там же. 22 авг.).*

Лексические единицы *молодежь, молодежное крыло, старейшины, совет аксакалов* указывают на сторонников политической партии «Нур-Отан»: *Молодежное крыло НДП «Нур-Отан» включается в реализацию задач, поставленных главой государства на расширенном заседании политсовета партии* (Казахстанская правда. 2008. 12 марта); *Совет аксакалов при партии «Нур-Отан» не будет носить официального характера. Участвовать в обсуждении проблем общества может любой. Старейшины договорились встречаться раз в месяц и на первом же собрании определили несколько приоритетов в своей работе. Прежде всего это воспитание молодежи в духе патриотизма* (Вечерняя Астана. 2008. 17 авг.). Клишированные формы слов и словосочетаний *политсовет, реализация задач, в духе патриотизма* поддерживают идеологическую направленность партии как формы организации. Интересно отметить, что приоритетной остается ключевая идея патриотического воспитания

молодежи. Наблюдается активизация в употреблении слов и словосочетаний, производных от слова *партия*: *партиец, партячейка, партийная дисциплина, партконференция, партийные фракции* и др.: *Вступил в силу переработанный устав партии. В нем существенно усиливается ответственность всех партийцев, партийная дисциплина, работа партийных фракций и групп в представительных органах* (Казахстанская правда. 2007. 6 февр.).

После распада Советского Союза наблюдается заметный процесс идентификации, объединяющий людей не только по территориальному признаку. В публицистических текстах активно разрабатывается проблема казахстанской идентичности: *Построение модели казахстанской идентичности как системы взглядов, ценностей и символов, понятных и близких каждому казахстанцу, должно цементировать единство нации, крепить ее безопасность* (Там же. 2008. 24 сент.). Основными чертами, определяющими казахстанскую идентичность, являются ценности, система взглядов и символов, объединяющих всех жителей государства. Идентификатор *казахстанец* объединяет всех жителей Казахстана независимо от их этнической принадлежности. В данном случае на первый план выдвигается гражданская идентичность, объединяющая людей по территориальному признаку. Семантически слово имеет много общего с лексической единицей *россиянин* [Вепрева, Купина 2007: 123]. Принцип толерантности является важным фактором объединения всех граждан Казахстана: *Казахстанцы толерантно настроены к различным религиозным традициям и обрядам, оценивают существующие межнациональные отношения как доброжелательные и положительные* (Казахстанская правда. 2008. 26 мая).

Рефлексивные рассуждения по поводу идентификатора *казахстанец* содержат оценочные высказывания, имеющие положительную коннотацию: *Для меня каждый казахстанец, будь то казах, русский, немец или кореец — казахстанец, независимо от социального статуса, вероисповедания или национальности. Сам я по национальности русский, но когда бываю за рубежом, гордо и без тени неискренности называю себя казахстанцем, человеком, принадлежащим к особой общности — казахстанский народ* (Там же. 24 июля); *Мы — казахстанцы ингушского происхождения* (Новое поколение. 2007. 12 сент.). Контекст позволяет представить Казахстан в его этническом многообразии.

Основная функция слова *казахстанец* — номинация жителей Казахстана: *Казахстанцы рассчитывают на то, что власть как добилась выхода из рецессионной «ямы», так и не позволит разрушить наметив-*

иющую позитивную динамику и по максимуму закрепит социальный рост (Казахстанская правда. 2008. 12 февр.); Пока большинство **казахстанцев** спешит снять с зарплатной карточки все деньги в день их получения, весь мир активно пользуется своими электронными финансами для совершения покупок в виртуальных магазинах (Новое поколение. 2008. 12 сент.); С будущего года **казахстанцам** придется платить на порядок больше за свои квартиры и дома (Там же. 13 сент.); Для граждан суверенного Казахстана Астана — символ новой эпохи в жизни страны, город, которым по праву гордятся **казахстанцы** (Казахстанская правда. 2008. 25 апр.); Наурыз — наш общий праздник весны, дружбы и единения **казахстанцев** (Там же. 2002. 26 марта).

Лексема **казахстанец** используется также в значении «уроженцы Казахстана, оказавшиеся за ее пределами»: *Находясь вдалеке от исторической родины, **казахстанцы** всегда помнили о родной земле. Они даже подготовили особый подарок, приуроченный к десятилетию нашей столицы* (Экспресс-Казахстан. 2008. 4 июня). Слово **казахстанец** активно употребляется в значении «люди, представляющие Казахстан на различных соревнованиях, конкурсах, выставках, форумах»: ***Казахстанец** Илья Ильин завоевал первое место на Олимпиаде в Пекине* (Там же. 30 авг.); *Работы **казахстанцев** были высоко оценены посетителями выставок, организованных в начале этого года владельцами германской галереи «Контрастэ» Хосе и Эвелин Окон* (Там же. 15 авг.). Можно говорить о том, что лексема **казахстанец** определяет коллективную идентичность. Основными факторами, формирующими такую идентичность, являются этнический, языковой, территориальный и гражданский факторы.

Наряду с лексической единицей **казахстанец** активно употребляется синоним **казахстанский народ**. Контексты актуализируют смысл «единый народ, объединенный общей целью»: ***Казахстанский народ** — это 140 национальностей и народностей, сохраняющих свои национальные черты и особенности, имеющие общую родину, территорию, экономику и общую цель — создание конкурентоспособного, процветающего государства* (Казахстанская правда. 2008. 26 июля); *Единство в многообразии — вот главный стержень понятия «**казахстанский народ**»*. *Это единство обусловлено общей основой евразийской ментальности и исторически сложившимся братством тюркских и славянских народов* (Там же); *Суть основы казахстанской модели национального согласия: объединенные общей судьбой на общей земле этнические и конфессиональные группы составляют единую нацию — **казахстанский народ***



(Казахстанская правда. 2008. 30 авг.); *Сейчас идея о едином казахстанском народе проговаривается, несет в себе большую мультикультурную значимость* (Свобода слова. 2008. 23 окт.).

Пространственные и временные сигналы указывают на общую историческую судьбу республик бывшего Советского Союза — период Великой Отечественной войны, в которой участвовали народы СССР: *Альмухан Сембинов был зачислен во взвод 1210-го стрелкового полка 362-й дивизии. Он совершил немало подвигов, стал одним из немногих, кто дошел до Берлина* (Вечерняя Астана. 2008. 6 мая); *Командир 76-миллиметрового артиллерийского орудия сержант Сариев и наводчик рядовой Шутлов отбивали танковые атаки противника под Орлом, поддерживали огнем наступление своих пехотных подразделений в знаменитой Курской битве* (Казахстанская правда. 2008. 9 мая); *Подразделение Каматай Токабаева всегда бросали на самые сложные и ключевые участки борьбы. Он никогда не забудет оборону Сталинграда, Курскую дугу, освобождение Украины. Первое боевое крещение Каматай Токабаев прошел на Ленинградском фронте в составе 310-й стрелковой дивизии* (Вечерняя Астана. 2008. 28 февр.). Пространственные указатели под Орлом, Курская битва, Украина, Сталинградская битва, Ленинградский фронт, Берлин служат сигналами общей исторической судьбы народов, проживавших в республиках бывшего СССР. Публицистические тексты включают прецедентные имена собственные Александр Матросов, Зоя Космодемьянская, служившие в советское время символами народных героев: *В музее Санкт-Петербурга хранятся комсомольский билет, медали сержанта Ивана Скуридина, повторившего подвиг Александра Матросова* (Там же. 6 мая); *В конце 1943 года, после освобождения Смоленска, Мухаметжану Азгару посчастливилось встретиться с родным братом Зои Космодемьянской* (Целина. 2008. 24 февр.).

Особый интерес представляет сопоставление названий государственных праздников советского периода и праздников современного Казахстана. Некоторые из них остались без изменения: *Новогодний праздник, Международный женский день, День Победы*; другие при сохранении календарных дат переименованы и имеют иную идеологическую направленность: *День международной солидарности — Праздник единства народа Казахстана, День Советской армии и флота — День защитников Отечества*. Обратимся к газетному материалу: *До празднования юбилея в нашей стране было восемь государственных праздников — Новый год, Международный женский день, Наурыз мейрамы, Праздник единства Казахстана, День Победы, День Конституции, День Республики и День*

*Независимости* (Вечерняя Астана. 2008. 28 июня). Следует отметить, что по-прежнему особо чтимым и знаменательным для всех жителей Казахстана является праздник *День Победы: Завтра — День Победы. Праздник, свет которого для большинства из нас исходит лучами из детства. Все мы «родом из СССР» и по-особому тепло относимся к этой дате, безусловно, главному дню. Это наш общий праздник, независимо от возраста, социальной принадлежности и гражданства* (Свобода слова. 2008. 8 мая).

Особо надо сказать о религиозных праздниках, которые отмечались и в советское время и получили широкое распространение в постсоветском Казахстане: *Наша страна уникальна — в ней одинаково отмечают мусульманский Курбан-айт и христианская Пасха. А все потому, что религиозная жизнь республики строится на великой общечеловеческой истине, гласящей: «Бог един, и каждый идет к нему своим путем»* (Вечерняя Астана. 2008. 26 апр.). В многонациональном государстве приобщение к религиозным обрядам, культурным ритуалам разных этносов — особый способ межкультурного взаимодействия. Интересны наблюдения публициста, взгляды которого сформированы в период официального атеизма. Автор вспоминает о том, как отмечали религиозные праздники в небольшом селе: *В период сплошного атеизма, живя даже среди казаков-христиан, казахи спокойно справляли мусульманский Курбан-айт! Это был действительно всенародный праздник. Каждая семья закалывала жертвенного барашка. На джайляу в Сулу-коле, как в стародавние времена, ездили поздравлять друг друга — кто верхом, кто на телеге. При этом сухореченские казаки — и взрослые, и дети — принимали в этом самое деятельное участие. С удовольствием поглощали свежее мясо на свежем воздухе, а кто в твою душу заглядывает, кому какое дело? Точно также отмечали православную Пасху. Катали яйца всю ночь, находились и хитрецы, которые обычный кусок дерева отшлифовывали, а потом полировали и красили. Подделку не отличишь от натурального яйца. И выходили с ними на состязание. Подставляй лоб. Разобьется яйцо — оно твое. Находились простачки, которые потом целую неделю ходили с шишками и синяками на лбу. Смех. Детская шутка!* (Кудайбергенов Г. Знамение времени. Астана, 2007. С. 173). В поликультурном обществе приобщение людей к различным религиозным культурам — залог толерантного межкультурного взаимодействия, основы которого были заложены в советский период.

Как показывает материал публицистических текстов современного Казахстана, смена государственной политической системы требует иных

идеологических установок. Однако в журналистских текстах постсоветского периода активно используются советские культурные образцы: ключевые идеи, стереотипы, ценностные установки, культурные практики толерантности.

Поиски лексического идентификатора, определяющего коллективную идентичность, приводят к активизации лексемы *казахстанец*, выступающей в качестве знака общегражданской идентичности.

## Советское наследие в читательском опыте адресата современных медиа (система образов изданий для разных целевых аудиторий)

*Т. Л. Каминская*

Советская эпоха создала совершенно особого потребителя массовой информации и, прежде всего, особого читателя газет. Новые конкурентные условия, с одной стороны, заставили СМИ включать новые технологии в свою деятельность, а с другой, еще больше поставили их в зависимость от своего адресата.

Кардинально изменившись за годы перестройки, российское телевидение не стало дорожить опытом прошлого — да, собственно, этот журналистский и зрительский опыт был в отечественном ТВ невелик. Совершенно иначе дело обстоит с современной периодикой, которая не может не учитывать многие привычки и предпочтения «советского» читателя, который в своих требованиях к медиа мало изменился. Читательский опыт современных потребителей информации газет и журналов особенно интересно отражается на издательской политике независимых СМИ, которые, как казалось в начале 90-х годов, могут позволить себе кардинально отличаться от советских газет. Однако многие из них, взяв за основу американскую или европейскую модели в подаче информации, постепенно ее трансформировали или вовсе от нее отказались.

Региональные издательские проекты на бумажных носителях почувствовали зависимость от традиционных предпочтений своих читателей особенно остро. Экспертные интервью\* с редакторами региональных СМИ помогли выделить основные особенности читательского опыта,

---

\* Далее в тексте, в частности, использовано выступление на экспертном семинаре редактора независимой «Новой новгородской газеты» С. И. Брутмана (Великий Новгород, МИОН. 16 июня 2008).

влияющие на содержание и оформление изданий современной периодики.

Во-первых, это требование к дизайну газеты: черно-белые издания с привычной строгой версткой в противовес многоцветным газетам с нетривиальными дизайнерскими решениями в подаче информации большинство читателей скорее сочтет за «серьезные», достойные доверия проекты.

Во-вторых, читатель, в большинстве своем приветствующий в газете обмен мнениями, считает редакцию в этом процессе неким объединяющим началом, которое должно расставить все точки над «i», сказать последнее слово.

В-третьих, он продолжает делить общество на классы и группы и выслушивать оппонента из противоположного лагеря готов далеко не всегда. Так, для редакций привычно возмущение постоянных, «своих» читателей и подписчиков по поводу предоставления слова на страницах изданий представителям «противоположного» лагеря.

В-четвертых, российский читатель периодики не принял способ подачи информации с отделением фактов от мнений и даже в новостных журналистских материалах приветствует лиризм и ярко выраженное авторское начало. Это ожидание диктует журналисту необходимость писать «литературно», с большим вниманием к выработке собственного стиля, с использованием многочисленных тропов, фигур речи, скрытой цитации «для своих» и подтекстов.

Следует сказать о возрождающемся взаимодействии с читателем в виде ответов на читательские письма и обращения, взаимодействии, так недальновидно объявленном в начале 90-х необязательным. От газеты, как и прежде, читатель ждет «действенности» публикации, однако отсутствие сегодня привычных когда-то для советским читателей рубрик «меры приняты» сегодня означает вовсе не инертность журналистов, а низкую значимость СМИ в измерении эффективности управления страной.

Таким образом, читательский опыт и читательские ожидания отчасти диктуют условия и приемы журналистской работы в современных медиа, ставших либо рупором власти, либо относительно безобидной для нее дискуссионной площадкой литературоцентричной аудитории.

Отношение к символическому капиталу советской эпохи является в последние несколько лет одним из определяющих факторов отношения читателей к тем или иным фактам публичного дискурса. Идет ли речь о медиапроектах, политических партиях или гламурном перформансе,

символика и риторика советских времен используется для актуализации отношений «наши — не наши», «свои — чужие». Причем региональные идеологические проекты отличаются от всероссийских в этом плане разве что масштабностью — тиражом или количеством участников.

Например, в последние годы ряд политических партий и движений использует в повседневной практике символический капитал советской эпохи. Большинство из них по технологии работы стали маленькими копиями или «младшими братьями» КПСС, пытаясь выразить интересы всего населения страны разом, как единой общности (как прежде КПСС представляла интересы «советского народа»). При этом одни интерпретировали действительность через символический капитал советской эпохи со знаком «плюс», а другие — со знаком «минус». Так, например, в предвыборных выступлениях коммунисты региона использовали слоган *Назад — в СССР!*

Для политической коммуникации в целом характерна актуализация отношений «свои — чужие», «наши — не наши» [Глазкова 2004]. Не случайно лингвисты, изучающие проявление этих отношений, рассматривают тексты выступлений политиков, PR-тексты их предвыборных кампаний [Иссерс 2003; Паршина 2005; Шейгал 2004]. Данное противопоставление характерно прежде всего для языка тоталитаризма и рассматривалось в контексте изучения советской риторики [Романенко 2000].

Оппозиция «свой—чужой» через отношение к советскому прошлому презентует в медиатекстах не только их авторов, но и адресатов. В текстах для адресата «интеллигент» данная оппозиция выражена через противопоставление «прежде — теперь», в котором очевидны ностальгические настроения (газета «Завтра», «Литературная газета»).

«Сильное государство», по которому испытывают ностальгию представители данной целевой аудитории, без сомнения, относится к ценностям этой аудитории: *Сильное государство превратилось в притон воров и торгашей, остающихся в пределах прежних границ лишь по инерции, потому что у этой странной страны нет ничего национального, ничего святого, ничего объединяющего, кроме «буржуазных ценностей»* («Литературная газета». 2005. № 15). И если еще пару лет назад представители власти были в данных текстах в стане «чужих», то на протяжении 2006–2008 годов отношение к власти несколько изменилось и, прежде всего, улучшилось отношение к президенту. Накануне предстоящих президентских выборов большое количество публикаций и читательских писем говорило о необходимости третьего президентского срока для Вла-

димира Путина. После выборов газета «Завтра» публикует программные статьи — своего рода «наказы» новому президенту и правительству, в которых очевидны имперские амбиции, ностальгия по советскому прошлому на фоне сочувствия к положению интеллигенции:

*Теперь поговорим о самых широких слоях населения. Необходимо формирование активного думающего гражданина, способного стать опорой государства. И массовая культура, культивирующая «обывательскую» психологию, с этой задачей вряд ли справится. Средства массовой информации должны создавать новых героев, и это отнюдь не «криминал», наводнивший наши экраны, а совсем другие сюжеты и фигуры. Нужно формировать новых героев: предпринимателей, фермеров, бизнесменов, промышленников, ученых. Нужно находить успешных людей и их всячески пиарить.*

*Теперь поговорим о том, как повысить эффективность государства. Государству необходимо уйти от чисто бюрократических принципов управления, давно «канувших в лету», к новым принципам — жесткого корпоративного управления, включающих планирование, ориентацию на конечный результат, материальную заинтересованность служащих. Государство должно работать по модели «корпорация Россия».*

*Должен существовать четкий и предельно жесткий институт планирования на федеральном уровне, при этом следует восстановить незаслуженно забытые «пятилетки» заменив их с учетом наших особенностей на четырехлетние «президентские» планы («Завтра», март 2008; [www.zavtra.ru](http://www.zavtra.ru)).*

Авторы текстов «**для среднего класса**» (издания ИД «Эксперт», «Коммерсантъ», в Новгородском регионе — областная независимая газета «Новая новгородская газета», далее «ННГ») стимулируют адресата не только к участию в жизни государства, но и к контролю за действиями правительства и чиновников всех уровней. Противниками, «чужими» для представителей данной целевой аудитории объявляется не власть вообще, а *бюрократия адаптивная и мимикрирующая* (заголовок статьи в журнале «Эксперт», 2007, № 19). Этот противник *сложный, хитрый и изворотливый*. Многие проблемы торможения развития страны связываются с необходимостью изменить ментальность чиновников и всех других граждан.

Вообще, само слово *чиновник* является в данной среде часто синонимом косности, бюрократизма: *Стремление чиновников неуклонно увеличивать зоны своего контроля — естественный, непреложный закон. А проблему физических и технических ограничений наши бюрократы придумали обходить очень просто — перекладывая работу на коммерческие структуры: банки и аудиторские компании* (Эксперт. 2007. № 13).

Часто слово *чиновник* символизирует коррупцию в разных сферах социальной жизни: *О гигантских масштабах контрабанды в России и высоте служебного положения чиновников, крышующих этот криминальный бизнес, свидетельствуют редкие утечки в СМИ* (Эксперт. 2007. № 41).

Один из способов существования в мире, где государство пассивно, некомпетентно, а чиновники не могут договориться, как проводить реформу, — самостоятельное действие *игроков рынка* без поддержки со стороны государства. Подчеркивается необходимость активности снизу, поскольку *нет поводов сидеть сложа руки и ждать клинической смерти, уповая на реаниматоров. Ведь если сейчас сделать рывок не получится, другого шанса не будет* (Там же).

Имеется в данных текстах и критика поведения представителей крупного бизнеса, что отнюдь не означает неприятия рыночного развития современной экономики или наличия ностальгии по государственному контролю всей промышленности и культуры. Как раз наоборот, все ностальгические мотивы в явлениях культурной (выставки, фильмы, спектакли) и социальной (акции) жизни вызывают неприятие и усмешку, особенно если это ностальгия по образу жизни в СССР: *Так ведь это же не историческая, а ностальгическая выставка. В ней есть привкус того, что можно назвать мечтой о застое. Это мечта об уютном величии, о не нарушаемом ничем и никем покое. Русская мечта?* (Там же. 2006. № 34).

Приемы этой риторики, а также использование образов советской культуры в последних общенациональных выборах легко обнаружить в текстах не только общероссийского, но и регионального медиаполя. Смещение акцента в агитационной риторике перед выборами в Государственную Думу с партии на президента, возглавившего ее список, упростило ситуацию с «чужими» — «врагами» страны: большинство населения поддерживало Путина, и трансформация врагов президента в противников стабильности страны в предвыборной риторике была очень логична.

Позитивный мессидж правящей партии был связан со стабильностью и порядком в стране времени Путина. Использование этого позитива в предвыборном дискурсе годилось как для выборов в Госдуму, так и для выборов президента.

Однако предвыборная ситуация в Новгородской области, в которой выборы президента были совмещены с выборами главы областного центра и депутатов в городскую Думу, осложнялась для правящей партии некоторыми моментами. Всего за несколько месяцев до выборов, в связи с поспешной сменой губернатора М. М. Прусака на ставленника Мос-



квы С. Г. Митина, Великий Новгород получил благодаря СМИ всероссийскую славу «криминального заповедника». Городская Дума объявила о своем самороспуске, один за другим заместители губернатора и руководители комитетов были сняты со своих постов, что, по сути, означало кризис региональной власти. Особенность предвыборной ситуации в Новгородской области состояла в восприятии недавнего прошлого избирателями. Те годы, которые избирателями большинства регионов России воспринимались как годы стабильности, роста благосостояния и появившейся уверенности в завтрашнем дне, для избирателей Новгородской области стали годами унижения и распада, годами зависимости экономики от местного криминала.

Поэтому если голосование за Д. А. Медведева не вызывало сомнений, как и в целом по стране, то проигрыш ставленников «Единой России» в местный орган власти был возможен. В конце концов, представители нынешней власти в период расцвета новгородской мафии обитали не на другой планете: как известно, губернатор М. М. Прусак также был одним из активнейших членов правящей партии. Поэтому региональная специфика риторики «Единой России» была связана с недопущением в местную власть ставленников бывших криминальных авторитетов. Таким образом, «чужими» и «врагами» были объявлены те, кто еще недавно занимал кабинеты администраций и считался народным избранником.

Риторика местной агитационной кампании отталкивалась не от противопоставления разрухе 90-х, а от совсем недавнего «криминального» прошлого региона. Таким способом выкристаллизовывался и образ «врага», которому «Единая Россия» решила противостоять одним фронтом. В СМИ агитация велась не по избирательным участкам, а преимущественно с помощью позиционирования ставленников партии как единого целого: под рекламные материалы сразу для нескольких кандидатов-единороссов покупались газетные полосы, их фамилии и портреты выделялись в печати одним цветом и т. д. Показательна предвыборная листовка региональной ЕР, на которой напечатан групповой снимок стоящих на центральной улице города кандидатов от этой партии.

К символическому капиталу советской эпохи обращались как ставленники «Единой России», так и оппозиционеры. Первые использовали образы советской эпохи в расчете на поддержку «советского» электората, тоскующего по идеалам коммуны, комсомольской работе и заготовке кормов в студенческие каникулы; вторые рисовали эти образы в качестве «страшилок» для агитации от противного.

Самым распространенным в PR-текстах единороссов было такое представление кандидата в городскую Думу — *Наш кандидат!*

Интересно, что это утверждение взяли на вооружение и их противники: *Избиратель! Вручи депутатский мандат **нашему** кандидату! Городская Дума — не директорат! Дорогу пролетариату!* (предвыборный текст Н. В. Коновалова, кандидата в депутаты Думы Великого Новгорода, февр. 2008).

В этом смысле символично название молодежного движения «Наши», реорганизация (а фактически частичный роспуск) которого авторы текстов массовой коммуникации трактовали как символический момент изменения политической обстановки в стране: *В нашей средней, глухой полосе ни подъема не видно, ни спада, но теперь уже «Наших» не надо, ибо наши теперь уже все* (Дмитрий Быков, «Огонек», 2008, № 6). Этот иронический текст перепечатывает в момент выборов «ННГ».

Зимой 2007/2008 года в областной газете появлялось большое количество текстов, посвященных осмыслению советского прошлого. Это и интервью с пионерами 70–80-х годов, которые делились воспоминаниями о карауле на «посту № 1» в Кремле, у Вечного огня, и рассказы о советских буднях с очередями и студенческими стройотрядами. Причем даже неполитические события (например, появление в черте города заболевшего бешенством енота) становилось поводом для разговора о политической ситуации в стране: *Некоторые участники февральской выборной кампании в Новгороде с удивлением обнаруживали, что их соперники знают то, о чем верные люди говорили по телефону. Нашли чему удивляться! <...> 1 февраля вступил в силу приказ Мининформсвязи. <...> Теперь ни суд, ни связисты даже не узнают, кого ОНИ прослушивают. <...> А вы говорите — еноты... Еноты — они ведь не нарочно бесятся. Не ради новых званий. Не из желания вами повелевать. Все познается в сравнении. Милые, бешеные еноты!*

55-летие со дня смерти Сталина стало информационным поводом для того, чтобы говорить об опыте прошлого в контексте современной политической ситуации. При этом в оппозиционных нынешней власти материалах не исключалась возможность повторения культа личности и его последствий для страны: *Система большевизма, эта идеальная машина для массового производства смерти, давала ему неограниченные возможности для достижения своей цели. <...> Человек-жества, человек-камикадзе, человек-самоотречение — идеальный материал для диктатора. <...> Россия XX века оставалась страной с критически подавляющим числом Несвободных людей. <...> Сталин жив. Его духовные*

*дети ходят по земле и всегда, в любой день, готовы к его возвращению* («ННГ». 2008. № 10). Констатация скорого возвращения советских политических и экономических реалий вообще характерна для независимой прессы этого периода, что символизируют заголовки, в которых иногда выражается тревога авторов журналистских материалов по этому поводу, иногда ирония: *Нами опять будет править горком партии* (заголовок новостного материала о победе кандидатов от «Единой России» на местных выборах в Думу Великого Новгорода; Там же); *Хлеб строек: битва за цены* (Там же. № 9). В последнем заголовке очевидно обыгрывание штампа советских газет *битва за урожай*.

Интересно, что хлеб, переставший быть основным продуктом в современной России, в текстах политического дискурса продолжает оставаться символом главного, наиболее важного элемента жизни. С одной стороны, констатируется: *Главная тенденция в современной России — общее снижение интереса к хлебу, некогда обязательному элементу национальной гастрономической культуры. Цифра потребления хлеба на одного россиянина за 10 лет снизилась вдвое* (журнал «Эксперт», 2007, № 45; материал «Не хлебом единым»), а с другой, читаем: *Как хлеб, в каждом дворе необходимы спортивные, детские площадки, если мы не хотим потерять наше будущее* (из предвыборного текста кандидата в депутаты городской Думы; газета городской администрации «Новгород», 2008, № 9).

Хотя план Путина и предполагает устремленность в будущее, однако о будущем говорилось совсем немного как в общероссийской, так и в региональных предвыборных кампаниях. Так, заголовок к материалу о выступлении Путина в городской газете *«Светлого будущего ждать осталось уже не долго?»* («Новгород». 2008. № 7) не соответствует тексту, в котором о будущем почти ничего не говорится, тем более о будущем региона.

В текстах общественно-политических СМИ постоянно присутствует сопоставление «прежде — теперь». Разумеется, с различными идеологическими установками: *То есть раньше не досуг было делать капитальные ремонты, а теперь, получается, и не нужно. Вот как славно у них все вышло, когда закон, что дышло. А чего вы ожидали, господа, бывшие товарищи? За что, как говорится, боролись. Не нравилось носить коммунистические бревна, так несите теперь капиталистическое бремя* («ННГ». 2008. № 7). *Народ хоть и вырос в правовой безграмотности, а все же интуитивно, нутром чувствует, когда его дураят* (Там же).

Интересно использование цитат из произведений искусства советских времен в предвыборном дискурсе: *Прокати нас, Петруша, на тракторе* (цитата из советской песни — заголовок к публикации о нехватке на селе рабочих рук и подготовке трактористов; «ННГ». 2008. № 7).

В следующем отрывке из предвыборного текста-биографии кандидата в депутаты Думы Великого Новгорода А. А. Добрякова иронии в отношении советского прошлого нет и в помине. Заголовок текста — цитата из песни популярного советского кинофильма 1956 года «Весна на Заречной улице». Сам по себе заголовок не несет никакой информативной нагрузки, более того, абсолютно не связан тематически с озаглавленным текстом. Однако у него есть определенная идеологическая заданность — вызвать у адресата позитивные ассоциации, связанные с советским прошлым. Текст биографии также называет основные ценности советского человека: семья и родительский дом, важность работы на благо общества в жизни человека, общественная работа в свободное от основного производства время, дружба, взаимопомощь:

### *И ЗДЕСЬ, НА ЭТОМ ПЕРЕКРЕСТКЕ...*

*Родительский дом для меня — идеал семейной жизни. Отец занимал высокие руководящие посты, известный человек в городе. Именно от него у меня убеждение, что работе надо отдавать себя полностью. От мамы — чувство локтя, товарищества, внимания к людям. А школа научила самостоятельности. Все было всерьез и от души. Может, потому и комсомольская работа не была для меня в тягость.*

*Мне нечего стыдиться. Напротив, в те годы, когда я был секретарем комсомольской организации «Кванта», мы сделали много полезного. Надо было — выходили вечером. Надо — ехали на заготовку кормов. Бесценный организаторский опыт я получил именно в комсомоле.*

*Для меня коммунизм — это не 37-й год, а коммуна, где друзья работают и живут, помогают друг другу, больным и слабым.*

Очевидно, что инклюзивное *мы* (автор + адресат) в следующем отрывке демонстрирует совсем другое отношение к необходимости участвовать в выборах: *Сложность положения, в которое попала юная российская демократия, в том, что пенсионеров, меня, вас — весь народ — держат за быдло и самые радикальные демократы, и самые заледепелые чиновники. Все норовят нас наставлять и направлять. И очаровывать грошовыми, но прибавками к пенсии, нищенскими «подарочками» за участие в выборах...* («ННГ». 2008. № 7).

Политическую ситуацию в регионе после выборов различные политические силы оценили по-разному; медиатексты осуществляют эту оценку вновь с использованием символов и реалий советской эпохи.

В независимой «ННГ» (2008. № 12) появляется репортаж с первого заседания городской Думы под заголовком *«Подпольный горком в действии»*. В нем с горькой иронией автор (редактор издания) демонстрирует «советские» методы проведения заседаний и убеждения оппозиции: *Уговорить — не уговорили, но проголосовали как закулисное собрание партячейки. Судя по тому, что Г. Кондрашов был готов «начать с конца» — то есть сразу предложить руководителей комиссий, — и этот список был заранее утвержден «горкомом партии». Так что исход голосования сомнений не вызывал — кого назначат, тот и будет. Похоже, что главным «оживителем» тягостных бдений в Думе, прочно оккупированной единокорсами, будет все же Дмитрий Игнатов.*

В газете — органе городской власти публикация на эту же тему вышла под заголовком *«Возвращение законодательной власти»* («Новгород». 2008. № 12) и, не касаясь разногласий внутри Думы, в позитивных тонах рассказала о начале работы Думы. Показательно, что в другом материале этого же номера можно было прочесть: *Большинство взрослых аббревиатура ТЮЗ словно возвращает в недалекое прошлое — счастливые времена пионери и детства.*

«ННГ» и после выборов продолжает теме о приметах возвращения советских времен, приметах, которые совсем не радуют авторов текстов: *При советской власти считались диссидентами те, кто всего лишь требовал от государства: «Соблюдайте наши законы!» Их требование чтить Конституцию приравнивалось к подрывной деятельности. К сожалению, этот лозунг снова становится актуальным* (2008. № 12).

Озабоченность возвращением советских реалий выражают на протяжении последних лет и общероссийские аналитические издания: *Казалось бы, советское государство с его тоталитарной промывкой мозгов осталось в далеком прошлом. Но мы восстанавливаем принципы двоемыслия в повседневной жизни с такой скоростью, какой сами от себя не ожидали* (Эксперт. 2007. № 45).

Таким образом, использование скрытого цитирования из текстов советских времен, описание советских реалий в современности и примет «советского» мышления могут служить способом самопрезентации общероссийского и регионального медиаресурса как оппозиционного или правительственного. Существующая дихотомия «оппозиционный —

проправительственный» в региональном медиапространстве неизбежно порождает варьирование семантики номинации советских реалий.

Во многом именно тексты СМИ в зависимости от их политической направленности способствуют как пересмотру концептов советской картины мира у адресатов, так и поддержке ностальгии по советскому прошлому. Идеология, как и язык, является продуктом культуры народа, которая транслируется посредством медиа.

## Советский шик и российский гламур: ценности и репрезентации

*М. Ю. Гудова*

Цель предлагаемого исследования — анализ ценностно-эстетических явлений культуры потребления: *советский шик* и *российский гламур* рассматриваются с точки зрения их формирования, содержательного социокультурного наполнения и функционирования внутри таких принципиально различных социально-экономических и социокультурных моделей потребления, как советская антибуржуазная и антимещанская культура потребления и современная российская зрелищно-растратная потребительская культура.

Определим значение основных понятий — потребительская культура и культура потребления.

Культура потребления — это качественная характеристика социально-экономических отношений потребления, существующих в каждом социально-историческом типе общества, структурированная в соответствии с системой представлений о ценности предмета, субъекта и процесса потребления и референций между ними. Соответственно культура потребления включает в себя характеристики качества организации процесса потребления, систему ценностных представлений о предмете потребления, систему социокультурных детерминант субъекта потребления, таких как социоэкономические роли, место в системе общественного разделения труда, отношение к добываемым благам, потребности и мотивы процесса потребления.

Культуру потребления иначе можно определить как культуру осуществления процессов обмена, обладания, владения (собственности) и распоряжения вещью. В этом значении культура потребления может рас-

сма­три­вать­ся как ха­рак­те­ри­сти­ка э­ко­но­ми­че­ских от­но­ше­ний на лю­бой ступе­ни раз­ви­тия об­ще­ства, в том чис­ле и со­вет­ско­го об­ще­ства.

По­требительская культура — это цен­но­ст­но-со­дер­жа­тель­ная ха­рак­те­ри­сти­ка ти­па куль­ту­ры, воз­ни­ка­ю­щей и раз­ви­ва­ю­щей­ся на по­стин­ду­стри­аль­ном эта­пе ис­то­ри­че­ско­го раз­ви­тия об­ще­ства, ко­гда до­ми­ни­ру­ю­щим спо­со­бом су­ще­ст­во­ва­ния э­ко­но­ми­ки ста­но­вят­ся не от­но­ше­ния про­из­вод­ства, а, на­про­тив, от­но­ше­ния по­треб­ле­ния. Ины­ми сло­ва­ми, по­требительский тип куль­ту­ры фор­ми­ру­ет­ся в об­ще­стве с по­требительским ти­пом э­ко­но­ми­ки и по­требительской идеологией, т. е. в об­ще­стве по­треб­ле­ния [Бодрийяр 2006]. От­ли­чи­тель­ной чер­той об­ще­ства по­треб­ле­ния яв­ля­ет­ся на­ли­чие по­требительской идеологии как спо­со­ба су­ще­ст­во­ва­ния об­ще­ствен­но­го соз­на­ния, а так­же рас­про­стра­не­ние по­требительской идеологии на все сфе­ры ду­хов­ной жи­зни об­ще­ства, в том чис­ле на куль­ту­ру и ис­кус­ство. В этой си­ту­а­ции все­об­ще­го, то­таль­но­го и уни­вер­саль­но­го по­треб­ле­ния сам про­цесс по­треб­ле­ния при­об­ре­та­ет слож­ную ие­ра­рхическую струк­ту­ру, в ко­то­рой вы­де­ля­ют­ся ве­ду­щие, до­ми­ни­ру­ю­щие и по­боч­ные трен­ды. Одним из трен­дов со­вре­мен­ной кон­сю­меристской идеологии яв­ля­ет­ся гла­мур [Го­лын­ко-Вольфсон 2005].

Анализируя общие и особенные свойства современного российского гламура и былого советского шика, мы пытаемся сравнить престижное потребление в обществах, находящихся на разных стадиях экономического развития, — советское общество и современное российское общество. Советское общество, осуществив в 30-е годы «третью догоняющую модернизацию» [Перцев 2005], стало обществом индустриальным с политической идеологией коммунизма. Современное российское общество, пережив трансформацию 90-х, из закрытого индустриального общества превратилось в открытое информационное общество с идеологией и экономикой потребления.

Важнейшей социокультурной детерминантой советской культуры потребления являлась идеология борьбы с дворянским и буржуазным наследием прошлого. Экономической детерминантой становления и функционирования советской культуры потребления были отрицание частной собственности на средства производства и практика экономических экспроприаций, критика личной собственности и мещанского стремления к обустройству комфортного быта. Советская культура потребления обуславливалась определенным типом производства, его темпом, объемами, характером производимого продукта, производственной и меновой стоимостью товара. Малый объем производства ставил культуру потребления в условия тотального дефицита — отсутствия необходимых товаров и



услуг, материалов и средств производства, энергии и производительных сил. Это приводило к формированию антипотребительской системы общественных ценностей и форм повседневного поведения масс.

Способы организации потребления в условиях советской экономической системы также регулировались политико-идеологическими принципами. Основой советской культуры потребления являлся принцип распределения в соответствии с социально-классовой справедливостью. Реализация принципа классовой справедливости при распределении общественных благ осуществлялась через закрытые магазины, столовые, склады и столы заказов. Такой классово надежный способ распределения обеспечивал экономию значительных денежных средств потребителей, так как через распределители товары распространялись либо по оптовым ценам, либо по себестоимости. Получая товар через распределитель, потребитель был уверен в наличии нужного ему товара в заранее определенном месте и в определенные сроки, что также обеспечивало экономию времени, которое в другом случае уходило на поиск необходимых товаров и услуг. Кроме того, закрытая распределительная система обеспечивала высокое качество товаров и услуг. Примеров действия закрытой распределительной системы в советской экономической системе на сегодня описано огромное количество. Это были распределители при партийных и советских административных органах, при предприятиях и организациях, столы заказов по месту жительства. Такой способ распределения благ являлся экономным, эффективным и адресным, но доступным лишь новой советской элите.

Товарно-денежный обмен через торговлю и обслуживание представлял собой более сложную и трудоемкую модель потребления. Советская торговля испытывала дефицит во всех товарных группах, ассортимент товаров был ограниченным, и качество товаров оставляло желать лучшего. В силу этих обстоятельств приобретение товаров через розничную торговлю было делом чрезвычайно затруднительным, трудоемким по времени и плохо поддающимся планированию покупок и расходов, так как покупки были обусловлены зачастую случайной встречей потребителя и товара. Поэтому основными чертами советского свободного товарообмена исследователи называют дефицитность, затратность времени и производительных сил, окказиональность.

Такие условия формирования советской культуры потребления привели к возникновению очень высокой и рафинированной культуры отношения к вещи у тех слоев населения, которые по своему социально-классовому происхождению и положению не имели доступа к закрытой

системе распределения благ, но нуждались в высокого качества товарах и услугах для исполнения своих общественных, прежде всего профессиональных, обязанностей.

К таким социальным слоям с ограниченными потребительскими возможностями относились представители социальной прослойки — интеллигенции: работники медицины, науки, образования, культуры и искусства. Советская культура потребления, присущая интеллигенции и формировавшаяся в условиях дефицита финансов, товаров и услуг, предъявляла к искомому труднодоступному и дефицитному товару — вещи особые требования. От вещи требовались прежде всего такие качества, как функциональность, доброкачественность и долговечность.

Функциональность заключалась в способности вещи удовлетворять как насущные материальные, так и разнообразные духовные потребности. Вещь должна была быть полезной. Сувениры и безделушки стали распространяться через сеть массовой торговли только в позднесоветскую эпоху, когда вырос уровень жизни советского человека и он мог позволить себе приобрести что-то помимо жизненно необходимых вещей и когда ослабела борьба с мещанством в быту и другими «пережитками прошлого». Полезность вещи выявлялась в различных жизненных ситуациях по-разному. Так, в «Колымских рассказах» В. Шаламова (М. : Современник, 1991) находим поэтизацию полезной и доброкачественной вещи, которая могла спасти человеку жизнь и здоровье. В других случаях вещь должна была обладать и декоративными качествами — украшать быт.

Непременное требование в эпоху дефицита — долговечность, прочность и надежность вещи. С огромным трудом приобретаемая вещь должна была служить долго. Если валенки изнашивались, то сначала неоднократно подшивались, а затем сами шли на заплатки и подшивки, вязаные вещи неоднократно распускались, перевязывались или реставрировались, одежда из плотных двусторонних тканей перелицовывалась или перекраивалась, пуговицы также неоднократно перешивались с одного костюма на другой. Детские вещи изнашивались до дыр, переходя от одного поколения к другому. Вещь, не изношенная материально, не могла быть ликвидирована. Продукцию фабрики «Уралобувь» в позднесоветскую эпоху называли «несносной» именно потому, что в силу качества кожи и кроя она морально устаревала гораздо раньше, чем изнашивалась физически, но выбросить устаревшую пару не было возможности, так как не было достаточно средств на легкое и быстрое приобретение новой пары.

В мемуарной литературе описываются случаи, когда за всю свою взрослую жизнь в течение 50–60 лет человек изнашивал три-четыре платья и столько же пальто. А как говорит статистика, советский человек тратил на приобретение одежды и обуви в 1961 году не менее 9,94 руб., но не более 108,70 руб. на человека в зависимости от размера дохода — от 420 руб. до 1 200 руб. на человека в год [Захарова 2007: 66].

Высокая затратность, трудоемкость, сложность приобретения новых вещей приводила не только к тому, что крупные покупки были делом очень редким и ответственным, но и к тому, что к вещи и услугам предъявлялись повышенные требования как в отношении их функциональности и долговечности, так и в отношении их репрезентативных качеств.

В советской культуре потребления вещь сакрализуется и фетишизируется как редкое и чудесное благо. Обладание вещью-фетишем рассматривалось и субъектом обладания, и его окружением как способ демонстрации особых социальных качеств субъекта. Это был знак либо верности идеологическому служению системе — если вещь приобреталась через распределители, либо знак социальной адаптированности и умения приспосабливаться и обустривать свой мир в любых самых сложных условиях существования, т. е. высокой адаптивности к любым социально-политическим и экономическим условиям и условностям. Можно сослаться на В. Шаламова, который пишет о чуде обладания в лагере на Колыме телогрейкой, шерстяным свитером, шарфом и носками, меховой шапкой-ушанкой, варежками, резиновыми сапогами или валенками. Эти простые, но доброкачественные и многофункциональные вещи служили не просто одеждой, их наличие было условием выживания, они спасали людям жизнь.

Своеобразие советской ситуации потребления не только в пространстве архипелага ГУЛАГа, но и на Большой земле приводило к тому, что *советским шиком* становился не набор предметов обладания и потребления, а право и состояние потребителя. *Советский шик* — это преимущество обладания в идеологической системе антимещанства и антибуржуазности и вопреки экономике дефицита, т. е. в условиях тотального отсутствия материальных ценностей.

Исторические корни советского шика сформировались под воздействием нескольких определяющих факторов. Одним из них являлась культура русского модерна 1895–1915 годов, заложившая систему представлений об эстетической организации быта, при которой мир повседневности становился миром искусства. Именно представители русского модерна впервые сделали предметом искусства русскую избу и, шире,

русский дом (кружок княгини Тенишевой, архитектор Шехтель), костюм и аксессуары (Л. Бакст), рекламные плакаты (А. Бенуа и С. Дягилев), художественное оформление журналов и книг (И. Билибин, братья Васнецовы), спортивную и военную форму (К. Малевич и А. Родченко), автомобили и самолеты. Традиции художников русского модерна, по большей части покинувших Россию после революции 1917 года, во многом определили развитие европейского дизайна и европейской моды, сформировали представление о возможностях повседневного проявления вкуса и социокультурной значимости эстетического преобразования быта.

Традиции русского модерна поддерживались по мере сил и на его родине теми представителями русской аристократии, которые в силу различных обстоятельств остались в России. Большая часть женщин-аристократок, вынужденных скрывать свое происхождение, использовала традиционные навыки кройки и шитья, рукоделия для социализации в новых общественных условиях. Эти женщины становились модельерами, парфюмерами, косметологами, художниками по тканям и костюмам, обуви, предметам быта. Им принадлежит заслуга разработки новой советской дизайн-среды. Часть из них занималась этим на государственных началах, часть работала с индивидуальными заказчиками и частными заказами. Культовая фигура советской моды — личная портниха, лучше, если «из бывших», не только обшивавшая своих заказчиц на уровне сложнейших приемов кроя, шитья и декорирования, но и последовательно формировавшая вкус своих клиентов, представления о шикарном и роскошном.

Представители дореволюционной аристократии активно вращались в систему образования, участвуя в ней в качестве преподавателей и учителей либо в качестве авторов, переводчиков, редакторов, корректоров, художников-оформителей учебной, научно-популярной и художественной литературы.

Все это, вместе взятое, сохраняло планку высокого, аристократического эстетического вкуса, который по мере развития советской культуры и культурной политики государства все шире и глубже внедрялся в сознание широких рабоче-крестьянских масс населения.

Другой важной детерминантой представлений о шикарном в советскую эпоху становится культурно-эстетическое взаимодействие с зарубежной художественно-эстетической культурой. Эти связи поддерживаются советскими дипломатами, моряками и пилотами, учеными и художниками, артистами и музыкантами — всеми, кто по долгу служ-

бы имел возможность бывать за границей. Эти люди ввозили в СССР не только материалы или готовые предметы быта и роскоши, сделанные за рубежом, но и представления соответствующего времени об эстетическом вкусе, идеале, норме и стиле.

Прорывом в западную художественно-эстетическую культуру стал фестиваль молодежи и студентов в Москве в 1957 году, «в рамках которого не только впервые демонстрировались шедевры итальянского кино, но и активно велась торговля с рук носильных вещей» [Захарова 2007: 67]; в Доме моделей ГУМа впервые состоялся показ мод Дома Кристиана Диора. Ив Сен Лоран представил свою коллекцию, и стиль «**new look**» проник в советскую действительность. «Важное значение в формировании модных предпочтений советских потребителей играли советское и зарубежное кино и эстрада. Женщины в кинотеатрах зарисовывали туалеты героинь, чтобы затем повторить их в домашних условиях или в ателье» [Там же].

Однако главной детерминантой, определяющей понимание шикарного в советской эстетической культуре, была коммунистическая идеология и соответствующие ей принципы эстетики быта. На протяжении всей истории советской культуры идеология коммунизма проходила свое становление и неоднократно трансформировалась. В рамках идеологии изменялись и принципы эстетической организации советского быта. Если в 20-е годы это были пролетарские принципы простоты, чистоты (гигиеничности) и экономии, то уже в 30-е годы Сталиным формулируются новые принципы, соответствующие «курсу борьбы за культурность в советском обществе и формированию “большого стиля” в советском кино» [Дашкова 2007: 152] — скромного изящества и неброской элегантности. Именно в это время «приходит образ эталонной советской женщины — строгой красавицы с открытым взглядом и гордо поднятой головой, смотрящейся естественно как в спечовке, так и в парадном костюме» [Там же: 154]. Наконец, новый виток развития советской эстетики быта начался в конце 50-х — начале 60-х годов, когда Н. С. Хрущевым была предложена программа реформ, «которая была направлена на улучшение материального благосостояния советских граждан. Эта популистская программа была и реакцией на холодную войну (нужно было всему миру доказать преимущества социализма), и средством десталинизации, когда следовало во что бы то ни стало поддерживать всеобщую лояльность режиму» [Захарова 2007: 67].

В результате взаимодействия всех вышеназванных детерминант критериями оценки потребительских качеств вещи как потенциально

шикарной можно назвать скромность, добротность, практичность, функциональность, экономичность и гигиеничность.

Предметные проявления советского шика в позднесоветской культуре многообразны. Это все дефицитные и качественные вещи. Одежда, обувь, шляпы, мебель, белье, меха, фарфор, хрусталь, кружева, ковры, книги, картины, зеркала, техника, драгоценности — все было объектом фетишизации в условиях дефицита и гарантированного качества вещей. Ревекка Фрумкина вспоминает: «Даже в Москве искать нужно было почти все. Из эстонского города Выру я везла в Москву мужские рубашки, дымчатое стекло, махровые полотенца, половики из лоскутов, лыжные свитера и многое другое. Венцом удачи была покупка мебели, включая шкафы для одежды и набор секций для папок и большеформатных книг» [Фрумкина 2007: 144].

Исходным принципом советского шика было сочетание идеологических требований скромности и простоты с эстетическими критериями элегантности и функциональности — все это должно было подтверждать преимущества советского образа жизни перед западным и в 30-е годы, и после войны, особенно в позднесоветской культуре 70–80-х годов, а также превосходство социалистического эстетического вкуса.

Как пишет Ольга Вайнштейн, анализируя эстетические принципы советской культуры одежды, «любители наряжаться сразу попадали под подозрение, а “навороченный стиль” воспринимался как проявление “буржуазного шика”». Основными требованиями советского одежного этикета были “скромность”, “простота” и “чувство меры”... Это можно проследить на примере женских журналов “Работница” и “Крестьянка”. Оба журнала изначально имели четкую классовую ориентацию, которая сохранилась и позже. Главной целью было воспитание рабочих и крестьянских женщин в духе политики партии. Модные разделы в этих журналах также были призваны вносить свою лепту в идеологическую борьбу. Советы читателям были обычно выдержаны в весьма строгом тоне. Достаточно привести заголовки: “Последите за собой, пожалуйста!” (Работница, 1959), “Украшения? Да, но в меру” (Работница, 1960). Идея индивидуального вкуса в одежде казалась крайне подозрительной, поскольку подрывала установку на коллективизм... Эмблематическое свойство нашей одежды — быть “всеобщей” и одновременно “никакой” — оставалось стабильным в разные периоды советской истории» [Вайнштейн 2007: 118].

Другим важным принципом был принцип экономичности. Начиная с 30-х годов среди модельеров проводятся творческие конкурсы на разработку наиболее эстетичных и практичных моделей одежды. На этих

конкурсах «особенно отмечались те модели, где был проведен принцип экономии, касалось это самого изготовления костюма, умения использовать как можно меньше ткани для получения модного фасона или его последующего использования, то есть носки» [Демиденко 2007: 35].

Немаловажным был принцип скромности. Советский шик состоял в том, чтобы иметь функциональную вещь, добротную и долговечную, но не передающую никакой социально значимой информации о своем обладателе, его стиле и вкусе и, конечно, о его социальном происхождении. Высокий вкус мог выдать аристократическое происхождение обладателя, поэтому одежда советского человека должна была быть в идеале неброской, немаркой и немой: «Я умру, и никто не узнает, что у меня был вкус» [Фрумкина 2007: 143]. Это был императив личной безопасности, довлевший над каждым. Обойти его могли только представители новой советской аристократии, чье привилегированное положение подчеркивалось в том числе и репрезентативным наделением предметами роскоши со стороны государства. К числу таких людей принадлежали прежде всего деятели науки, культуры и искусства, оцененные и обласканные Сталинскими и Государственными премиями: П. П. Капица, Л. Д. Ландау, К. М. Симонов, Г. К. Александров, Е. Самойлов, С. Столяров, Н. Крючков, Л. Орлова, В. Серова, М. Ладынина, Л. Смирнова, Т. Пелецкая, Л. Целиковская и др. Круг этих людей постепенно расширялся, и формирование новой советской интеллигенции сопровождалось распространением высокого эстетического вкуса вширь, а также созданием все более мешанского идеала обустройства быта.

Анализируя процесс развития советской культуры потребления и быта, мы можем согласиться с Линор Горалик, которая приходит к выводу: «Государство, одиозно боровшееся с буржуазией, создало внутри себя образ жизни, буржуазнее которого невозможно придумать. Советский гражданин, не имея возможности принимать участие хоть в какой-нибудь подлинной политической и общественной деятельности, живший в мире, где интерес к любым глобальным вопросам был бессмысленным по своей природе, волей-неволей обращал все свое внимание на обустройство быта и семьи. Это обустройство давалось тяжело в силу постоянного дефицита, поиска продуктов, необходимости “записываться” на мебель, ожидания очереди на квартиру — и в результате советский человек, освобожденный от ига буржуазии, испытывал огромный, напряженный интерес ко всему вещному и материальному, ценил его так, как не ценит ни один член современного конsumerистского общества» [Горалик 2007: 30].

Начало ХХI века в российском массовом эстетическом сознании — это время, когда на место представлений о советском шике пришли вместе с открытым обществом и ситуацией глобализации представления о роскошном и шикарном по-французски и по-английски, т. е. представления о *гламурном*. Но данное западноевропейское явление претерпело существенную трансформацию в процессе адаптации к российским социокультурным и социальноэкономическим условиям.

Гламур как новое эстетическое понятие, культурная норма и эталон вкуса был встречен в российской массовой культуре с завидной легкостью и энтузиазмом. В качестве причин победы гламура как эстетической установки и стратегии потребления в российском обществе мы назвали бы такие пережитки прошлой, советской культуры, как сочетание развитого эстетического вкуса и неутоленной эстетической потребности в гармонизации предметно-вещной среды и человека, а также годами и десятилетиями выработанную способность к фетишистскому упоению качественной вещью.

Предпосылки безболезненного заимствования гламура видятся не только в настоящей народной потребности в красоте, не только в бессознательном стремлении художников масс-культуры преодолеть засилье «негативной эстетики» или антиэстетизма 1990-х годов, но и в традициях советской эстетики 60–80-х годов, причудливо синтезировавшей принцип русского реализма «прекрасное есть жизнь» и принцип русского модерна «искусство ради искусства» в практически попытки советской идеологической системы преобразовать повседневность человеческой жизни силой искусства, сделать повседневность не только художественно осмысленной и оформленной, но и преобразованной по законам красоты.

Будучи адаптирован к потребностям современной российской культуры в качестве одного из проявлений прекрасного, гламур стал самостоятельным дискурсом, определяющим ощущение и понимание как повседневной, так и художественной реальности. Поэт Лев Рубинштейн в передаче «Школа злословия» назвал гламур официальной идеологией современного общества, а глянцевые журналы — его печатным рупором. Более того, дискурс гламура, формируемый глянцевыми журналами и модными передачами, определяет сегодня не только эстетическое сознание обывателя, он становится общепринятым критерием эстетической оценки жизни и искусства, проникает в сферу искусства и определяет ценностно-смысловое, сюжетное содержание произведений массовой культуры. «Гламур привносит в художественную среду состояние безудержной эйфории и оглуленного оптимизма, подменяет самодостаточ-



ное, вдумчивое суждение ярким эффектным зрелищем» [Голышко-Вольфсон 2005: 28]. Исследование гламура как художественно-творческого принципа занимались долгое время сами художники и писатели. Художественное осмысление этого явления привело В. Пелевина к следующему выводу: «Гламур — это дискурс тела... А дискурс — это гламур духа. На стыке этих понятий возникает вся современная культура» (Пелевин В. Амфир В = Empire V. M. : Эксмо, 2006.). Попробуем осмыслить гламур, как и советский шик, в контексте культуры потребления и потребительского общества.

Российская культура потребления определяется идеологией потребления и растратной экономикой. Растратный тип экономики означает, что общество потребляет больше товаров и услуг, чем производит, стабильное развитие экономики обеспечивается не системой сбережения ресурсов, а их опережающей растратой.

Если в производительной экономической модели «расточительство рассматривалось как род безумия, невменяемости, разрушения инстинкта самосохранения, которое уничтожает резервы человеческого и вследствие иррациональной практики подвергает опасности условия выживания» [Бодрийяр 2006: 67], то в растратной модели экономики расточительство рассматривается как условие ускоренного оборота средств, обеспечивающее сверхприбыль.

Такой способ жизни и модель поведения внедряется в общественное и индивидуальное сознание при помощи соответствующей идеологии. Потребительская идеология — это такое состояние общественного сознания, которое опирается на специфические представления о человеке как субъекте потребления и видит его общественное предназначение в том, чтобы потреблять, иметь.

В идеологии потребления, по мнению Э. Фромма, существование человека отождествляется с его сущностью. Сущность человека понимается как потребление, проблемы бытия вытесняются из сознания потребляющего человека всеми агентами потребительской идеологии [Фромм 1986]. К ним на сегодняшний день относятся глянцево-журналы, массовая литература, телевизионные **fashion-показы**, **специализированные** телепередачи и радиоканалы вещания, телесериалы, массовый кинематограф, театральная антреприза, Интернет и в особенности специализированные сайты «Гламур.ру.» и «Glossy.ru.» и многое другое.

Агенты гламурной идеологии обеспечивают внедрение идей потребления в массовое сознание и способствуют созданию каскадных эффектов в сфере потребления, когда ориентация на стиль и бренды, рекламируе-

мые «звездами» кино, театра, спорта и телевидения, распространяется на широкие массы потребителей. «Зрелищная расточительность звезд кино, спорта и игр — великих расточителей — прославляет жизнь, полную избытка, и возможность чудовищных расходов. Они выполняют функцию излишних, бесполезных, безмерных расходов по доверенности от всего общества» [Бодрийяр 2006: 67]. Фотографии и видеосъемки, фиксирующие факт «зрелищной расточительности», украшают страницы многочисленных глянцевого журналов и интернет-сайтов. Красивая картинка делает расточительность наглядной, привлекательной и признаваемой обществом в качестве эталонной модели поведения.

В то же время человеку навязываются определяемые потребностями растратной экономики и потребительского общества стереотипы и ритуалы потребления, в частности демонстративность и статусность потребления. Социальный статус человека потребляющего, с одной стороны, репрезентируется при помощи предметов потребления, а с другой стороны, сам статус субъекта потребления определяется системой принадлежащих человеку вещей. Высокий социальный статус определяется гламурными объектами потребления и гламурным образом жизни.

Гламур является ведущим мировым трендом конъюмеристской идеологии в условиях внедрения и развития растратной модели экономики. Гламурная потребительская идеология — это превращенное сознание, в котором все окружающие высококачественные (функционально целесообразные и эстетически совершенные) объекты рассматриваются в качестве необходимых предметов потребления. Необходимость потребления определяется внешними эстетическими качествами вещи, а не жизненными потребностями и экономическими возможностями субъекта. Продукт гламурной экономической идеологии — это симулякр. В прежней модели потребления была важна и ценна натуральная природа продукта, тем более роскошного, шикарного. Хрусталь, фарфор, бриллианты, золото, кожа, мех, ткани должны были быть непременно натуральными, подлинными. В мире гламура мы имеем дело с дешевыми заместителями, симулирующими эстетические качества оригиналов: пайетки, пластик, синтетические ткани, искусственные (фальшивые) хрусталь, фарфор, бриллианты, золото, мех, кожа и т. д.

Гламур как тренд обращен к массовому потребителю, а потому «как бы» демократичен. Однако в системе ценностей гламурной потребительской идеологии вещь важнее человека. Современная эстетически привлекательная и технологически инновационная вещь приобретает способность управлять человеком — становится гаджетом. Именно сис-

тема вещей-гаджетов определяет поведенческие стратегии человека: от обладания простыми и дешевыми товарами и услугами к обладанию все более сложными и дорогими. Эта установка на статусно-престижное, дорогостоящее потребление лишает гламур как тренд кажущейся демократичности и замыкает узким кругом персон, реализующих гламурные ценности в ситуации сверхпотребления. Таким образом, мы можем говорить о том, что гламур достаточно элитарен, установки гламурного существования в полной мере способна воплотить лишь замкнутая субкультура сверхпотребителей.

Статусно-престижная расточительность гламурного потребления непременно носит демонстративный характер и для внешнего взгляда становится зрелищем. Если в советской культуре потребления демонстрировался статус при помощи добротной и долговечной вещи, то сегодня демонстрируется сам процесс повышения престижа при помощи технологичной, т. е. ускоренно обновляемой и устаревающей вещи. Здесь мы имеем дело с ситуацией, когда, с одной стороны, «общество потребления реализует стремление к вещам», но, с другой стороны, «еще более... нуждается в их разрушении. Созданная ценность гораздо более значительна, если в нее заложено ее быстрое отрицание... Произведенное сегодня произведено... с целью его смерти, ускорение которой равно только инфляции цен» [Бодрийяр 2007: 72].

Ритуалы потребления и особенности наукоемких производств приводят к тому, что в современной культуре радикально трансформируется система требований к вещи. В современной экономике нет дефицита продуктов производства, оно носит избыточный характер и вынуждает к избыточно-расточительному потреблению. Вещи в ситуации избыточности и ускоренного технологического и номенклатурного обновления предметно-вещной среды утрачивают сакральность, де-фетишизируются. Прежде всего это происходит через производство гомогенных рядов тех или иных товаров или услуг: вещь утрачивает в этом ряду свою единственность, получает вариативность, связанную как с функциональными, так и с эстетическими качествами.

В то время как единичная вещь варьируется в соответствии с эстетическими свойствами, потребитель все более стремится индивидуализироваться. Эстетическое разнообразие вещей и предметов приводит к тому, что одним из главных показателей полезности становится эстетичность. Эстетическое своеобразие вещи позволяет сохранить уникальность как самому предмету потребления и его производителю, так и потребителю, который также стремится, потребляя массово производимое, подчеркнуть

собственную индивидуальность. Однако это приводит к возникновению нового неравенства, но в отличие от советской культуры не по классово-партийному, а по эстетическому критерию. Это неравенство по отношению к красоте и по мере развития эстетического вкуса [Бодрийяр 2006]. Выбирая из множества разнообразно эстетически осмысленных и оформленных аналогов, потребитель ориентируется на свой вкус и на имя бренда, но в этой потребительской навигации пытается обнаружить и обрести красоту. *Гламур* с этой точки зрения — это превращенная в потребление форма красоты, когда прекрасное как внутренняя, содержательная, и внешняя характеристика оформления предмета воспринимается не в бескорыстном эстетическом любовании, а в потребительском вожделении, вызывает неодолимую тягу к приобретению вещей.

Не случайно известный арт-критик Д. Голынка-Вольфсон говорит об «идеологии гламура как, по сути, идеологии преуспевающего среднего класса, озабоченного комфортным жизненным дизайном и не желающего кардинальных социальных перемен» [Голынка-Вольфсон 2005: 30]. В гламурной вещице или поведении, артефакте или произведении как эстетическом объекте самоценна форма — легкая и беззаботная, кокетливая и небрежная, динамичная и открытая, зрелищная и развлекательная, остроумная, ироничная, наполненная игрой. «Оттого эта идеология, насаждая нормы беззаботного fun'a, игрового cool'a и уютной релаксации, отличается неистовой воинственностью» [Там же: 31]. Очаровывая кажущейся беззаботностью, гламур не только становится идеологией экономической, потребительской, но и приобретает характер политической идеологии успешных потребителей — среднего класса, проводит демаркационную линию между «своими» и «чужими».

Одновременно гламур является общественным идеологическим инструментом переключения внимания общества с ценностей человеческой жизни на ценности внешности, упаковки, обертки. Гламурная идеология продвигает и формирует сама себя: скрывая многообразие духовно-душевных ценностей за прекрасной внешней стороной жизни, гламур вкрадчив и незаметен — продвигая ценности внешней стороны жизни и вытесняя потребность человека быть личностью, сложной и многомерной, он настойчив и императивен.

Российский гламур обостряет экзистенциальную проблему несоответствия бытия и обладания [Фромм 1986; Пайпс 2001] в силу специфических социокультурных и социальноэкономических условий. Если на родине гламура — во Франции или в Англии — он пытается дать человеку возможность испытать удовольствие и м е т ь, не переставая при этом б ы т ь, то в

русской практике гламурно-расточительного поведения попытки субъекта потребления не только и м е т ь, но и б ы т ь преследуются и вытесняются в сферу бессознательного при помощи агентов гламурной идеологии (популярные сайты, глянцевоы журналы, телепрограммы «Клуб бывших жен», «Модный приговор», «Тачка на прокатку», «Колеса» и др.).

Известный арт-критик Татьяна Москвина, анализируя современную русскую культурную ситуацию, видит причины господства гламура в том, что он является идеологией женского сообщества, а женское сообщество на сегодня наиболее влиятельно и многочисленно в русской потребительской культуре. Идеология гламура опирается на женское представление о благополучном и прекрасном мире, суть которого составляет «тотальный эгоизм»: это мир красоты, любви и богатства, мир без забот, тревог и противоречий. Гламур, по мнению Т. Москвиной, изначально обращен не к разуму человека, а к бессознательному — инстинктам и вере: «он предлагает путь спасения», широкий, доступный, интернациональный, веротерпимый. «Гламурный путь спасения связан с главным — с красотой, женственностью и любовью. Не с их сущностью, а с их формами» [Москвина 2008: 285]. Поэтому агенты гламурной потребительской идеологии опираются на ключевые гламурные ценности, определяемые прекрасным женским телом.

В этой телесной, предметной завершенности состоит радикальное отличие *русского гламура* от *советского шика*. Ольга Вайнштейн считает, что субъектами советского шика также были женщины: «хотя следовать моде при советской власти было рискованно, некоторые женщины всегда стремились красиво одеваться и сопротивлялись императиву массового безликого вкуса». Однако характер идеологических установок женской эстетической и потребительской культуры был принципиально иной, нежели в современном гламуре. Советские женщины «изыскивали возможности выглядеть даже в условиях тотального дефицита и идеологического прессинга. Благодаря таким стратегиям женщинам удалось создать свою субкультуру — своего рода женский заговор против государственной политики в моде» [Вайнштейн 2007: 123]. Советский шик, как видим, нес очень определенную идеологическую нагрузку — это была форма противостояния тоталитарному режиму, и благодаря этой духовно-идеологической составляющей, идущей в разрез с политической и экономической идеологией государства, советский шик был дискурсом духа, в то время как русский гламур, в котором политическая, идеологическая и экономическая составляющие тождественны, всего лишь дискурс женского тела.

## Аксиология коммуникативного поведения в оппозиционном дискурсе радио (на материале авторских программ радиостанции «Эхо Москвы»)

*Л. И. Ермоленкина*

Одним из центральных направлений современных исследований массово-информационного дискурса является изучение особенностей взаимодействия автора и адресата, являющегося основным фактором организации дискурсивного пространства. Многие отечественные и зарубежные исследователи едины во мнении относительно того, что установка на адресата является определяющей при коммуникативной целерентации автора, при выборе им репертуара языковых и семиотических средств (см. работы В. И. Карасика, Е. В. Какориной, А. В. Олянич, Е. И. Шейгал и др.). При установлении подобных параметров структуры дискурса его участники неизбежно вовлечены в аксиологический процесс формирования моделей коммуникативного поведения, понимаемого как функционально-коммуникативная сфера, в которой создается или воспринимается текст [Чернявская 2006: 74]. При этом следует учитывать, что аксиологическое моделирование дискурса, установление ценностных векторов его развития в равной степени актуально для автора и реципиента. В этом смысле можно говорить о таком явлении, как со-авторство говорящего и слушающего, результатом которого становится формирование через ответную реакцию адресата — вовлеченность в коммуникацию или ее отторжение — факторов, определяющих дискурсивную картину мира.

Особенность коммуникативного поведения в рамках дискурса определяется его отнесенностью к оценочно заряженным полюсам экстралингвистического контекста — политике, сфере деятельности, поведенческой культуре, идеологии. В связи с этим можно говорить о «власти

дискурса», его «рамочном пространстве» [Чернявская 2006: 84], формируемом вокруг «своего» — неких однородных идей, теорий, смыслов, овеществленных в текстах, когнитивных стратегий автора, взаимодействующего со своим же адресатом.

Особую значимость в связи с этим приобретает вопрос регулирования общественного мнения посредством СМИ, которые создают определенную текстуально-идеологизированную «аудиоиконосферу, в которой живет современный человек и которая служит основой для концептуализации реальности» [Язык средств массовой информации 2008: 18]. Действительно, именно в пространстве массово-информационного дискурса, формирующего общественное сознание, систему ценностей и представлений реципиента, через модели речевого поведения (отношения) задаются стереотипы оценочного отношения к явлениям современной действительности.

Выбрав в качестве объекта рассмотрения оппозиционный дискурс информационно-аналитического радио\*, можно с уверенностью констатировать факт неоднозначности и неоднородности его коммуникативно-ценностной структуры. С одной стороны, установка на такие качества слушателей, как способность самостоятельно и оригинально мыслить, умение заострять, проблематизировать, аналитически воспринимать информацию и формировать на ее основе собственное мнение (во всяком случае, так постулируется роль и назначение авторов передач «Особое мнение», «Плавленный сырок», «Зона доступа» на «Эхе Москвы»), позволяет говорить о том, что авторы-субъекты дискурса придерживаются своеобразной этики гражданского служения — формирования такого стиля речевого поведения, в котором наилучшим образом проявлялись бы личностные особенности самостоятельно и оригинально мыслящих коммуникантов. Но, с другой стороны, можно говорить о том, что через фатические способы аргументации, преобладающие в передачах современного информационно-аналитического радио, выстраивается коммуникативная модель, предназначенная для внушения особых (в интересах коллективного отправителя) сообщений, устанавливающих границы восприятия и оценок.

Текст, продуцируемый дискурсом, не просто фокусирует устремления и идеалы, но, выражая манипулятивную направленность на создание определенных стереотипов восприятия явлений действительности, политизирует их. Таким образом, можно говорить о том, что проявление

---

\* Программа «Плавленный сырок» радиостанции «Эхо Москвы», передачи от 11, 18, 25 ноября 2006 г., 11, 18 февраля 2008 г.

власти в дискурсе СМИ выражается в манипулировании аудиторией на уровне восприятия, когда в качестве «инструментов власти» используются речевые стратегии, определенные вербальные и грамматические техники для «упаковки» сообщения, что в конечном счете проявляется в создании когнитивной базы — тех концептуальных смыслов, которые формируются в результате отбора, «просеивания» фактов, использования монтажного и стилистического кодов взаимодействия с адресатом.

Подобный аспект реализации дискурса рассматривается в рамках интеракционно-лингвистического подхода, в фокусе внимания которого находятся способы реализации статусных и ситуативных ролей участников коммуникации, а также способы выражения власти и доминирования в дискурсе [Кубрякова, Цурикова 2008: 206].

В предлагаемом исследовании мы обращаемся к описанию коммуникативной модели автора, проявляемой в таких когнитивно-коммуникативных установках, как выбор событий (рассматриваемых в формате информационно-аналитического радио), установление авторской перспективы оценочной интерпретации, проявляющейся в композиционной организации и стилистическом оформлении.

Осваивание информации или означивание событий в политическом дискурсе проявляется во взаимодействии идеологической рамки с риторическим кодом, что прежде всего происходит на уровне формирования медиастереотипов [Калинина 2008: 93]. Специфика их реализации в оппозиционном пространстве массмедиа заключается в своеобразии использования советских идеологических штампов. Выстраивая аксиологические векторы дискурсивной картины мира, автор активно обращается к такому когнитивному источнику, как советские идеологемы, которые рассматриваются им в качестве способа оценочной интерпретации современных политических реалий. Два исторически и социокультурно противоположных дискурса — советская и постсоветская политика — выступают в перспективе авторского видения не только как совместимые, но и как взаимозаменяемые. О реальности этого утверждения свидетельствует то, что основными узлами смысловой и оценочной концептуализации становятся явления современной политической действительности, подвергавшиеся активной мифологизации в контексте советской истории.

Основной техникой формирования концептуальной картины мира в оппозиционном дискурсе является сложно организованная, многоступенчатая интерпретация. Первым элементом моделируемого события становится информация-стимул, интерпретативный потенциал которой



определяется фрагментарностью, «выхваченностью» из мира реальных, объективных связей, которые заменяются в текстовом пространстве модальными связями авторского видения. Таким образом, можно говорить о текстовом статусе события, его подчиненности дискурсу.

Многообразие жанровых диалогических форм трансляции в оппозиционном дискурсе радио позволяет говорить об ослаблении аналитического уровня и об усилении демонстрационного и персуазивного. В свою очередь, недискуссионный характер интерпретативной деятельности автора сводит все многообразие речевого поведения к ограниченному набору типовых ситуаций: осмеянию, осуждению, дискредитации. В роли вербальных сигналов подобной деятельности часто выступают прецедентные имена и ситуации, функционирующие как «когнитивная база лингвокультурного сообщества» [Гудков 2008: 405].

Итак, постсоветская, новая политическая реальность моделируется в оппозиционном дискурсе с помощью тех же идеологем, которые были актуальны для дискурса советского: *партия, народ, патриотизм, национальная безопасность, праздники, армия, милиция* и т. д. С одной стороны, можно говорить об устойчивости, «упрямстве тоталитарных идеологем, функционирующих в готовом виде и реализующихся в форме вербальных и идеологических стереотипов» [Купина 2006: 534], а с другой, очевидна их роль быть средством демифологизации современных политических реалий. Подобные аксиологические параллели, моделирующие представление о постсоветской действительности, можно рассматривать как прием дискурсивной стандартизации и стереотипизации, основная задача которого — стирание границы между членами оппозиции «советский — постсоветский». В представлении оппозиционного дискурса антигуманными являются обе политические системы. При этом демифологизированная в сознании современного человека советская идеология воспринимается с некоторым «преимуществом», как реальность, отмеченная меньшей абсурдностью.

Например, идеологически маркированную ситуацию *народного праздника* в контексте радиопередачи «Плавленный сырок» можно рассматривать с точки зрения прецедентности, поскольку включение образов «советского мироустройства и мировоззрения» выступает как контрастивный прием и средство оценочной редупликации: *Здравствуй совок, давно не виделась! Праздничная тема. Вышел приказ об установлении ряда профессиональных праздников и памятных дней в вооруженных силах. «Для повышения престижа военной службы». Повышение престижа — оно ведь именно таким образом и достигается! Нешто*

*мы не помним? Только при дорогом Леониде Ильиче всякую гражданскую ерунду праздновали каждое гражданское воскресенье, вроде дня мелiorатора, а теперь — шутки в сторону! От военных юристов до военных химиков — все теперь именинники, ура! ...Каждой профессиональной отрасли по семь профессиональных праздников и четырнадцать памятных дней! Начнем с медицины: день окулиста, день отоларинголога и, учитывая, через какое место у нас все делается, — день проктолога...*

Столкновение мифологизированных смыслов приводит к нигилизму как мировоззренческой установке. Рассмотрим взаимодействие мифологемы **высокая политическая зрелость народа**, формируемой в современном политическом дискурсе, и аналогичной советской мифологемы, ироничное обыгрывание которой способствует демифологизации осмысляемого явления.

Информационным поводом для аналитического комментария автора и ведущего программы В. Шендеровича послужило заявление главы комитета Госдумы по конституционному законодательству Владимира Пилигина: *Население нашей страны самым высоким уровнем образовано и исключительно политически активно, потому что даже после второй рюмки, я думаю, мужчины со мной согласятся, первая тема для обсуждения — обычно политика.*

Объектом авторского комментария становится представление об уровне, «которым образовано население»: *Главное тут — открытая Пилигиным причинно-следственная связь между болтовней «после первой» и политической активностью на выборах. Ибо пить-то мы пьем по-прежнему, а вот на выборы ходить помаленьку перестали; вся политическая активность вернулась, по советскому образцу, на кухни — там после первой и выясняется, что на самом деле думают о власти избиратели.*

Следующая после комментария фраза автора: *Надо ли говорить, по какому пути пошли Пилигин и его пыльные кремлевские начальники — вводит гротескный уровень оценивания, на котором определение пыльные выступает смысловым актуализатором советского мифологического контекста: Наша советская закалка — ходить на выборы: будильник ставили люди, чтобы не проспать праздник демократии... Спасибо батюшке Владимиру Владимировичу, изгнал из нас нечисть западную (десять лет выбирали чего-то по-настоящему, душой маялись), возвращаемся помаленьку к привычным брежневским стандартам...*

Скептицизм и неверие в современное мироустройство выступают в качестве аксиологической доминанты дискурсивной картины мира. Один из основных концептуальных смыслов политической картины мира за-

креплен в мифологеме **социальная справедливость**. Идея поощрения передовиков производства в советское время проецируется на современную реальность, эксплицируя представление об абсурдности связи между наградой и принадлежностью к политической партии. В качестве информационного повода выступает следующее сообщение: *В Новосибирске стартовала новая жилищная программа. В одном из районов города будет построен дом, в котором по льготным ценам будут предоставляться квартиры. В качестве основных условий для участия в программе указаны постоянная прописка, возраст супругов и... членство обоих членов семьи в партии...* В комментарии автора отсылка к политическим реалиям советской бытности включает пародийные смыслы: *Ну, разумеется, молодым, может, еще в диковинку — так пускай привыкают! Но нам, ветеранам «совка», нам ли не знать, что такое «Заказ» и «распределитель»? Нам ли не помнить, что пиво только членам профсоюза, путевка в Югославию — активистам ВЛКСМ, а для получения шапки ондатровой надо идти в сусловы. Партия — наш рулевой, долевой, кормовой.*

Оценочный эффект эксплицирования советской мифологемы предполагает осмысление комментируемого события не только как абсурдного, но и как профанного, поскольку смысловая определенность механизмов социального устройства советского времени выступает не просто как средство усиления оценки современной реалии, а как способ ее абсолютной дискредитации. Одним из средств создания подобного прагматического эффекта является прием обобщения, сделанного на основе единичного суждения. В качестве подобного примера, как правило, выступает ситуация, прецедентно связанная с идеологемой **забота о гражданах**. Подобный дискурсивный ход предваряется фразой: *Все изменилось в лучшую сторону.* Автор рассуждает о том, что *советской власти, а впоследствии и режиму Ельцина не надо было доказывать очевидное, например: необходимость предоставления ортопедической обуви из-за отсутствия ноги.* В условиях современной медицинской помощи герой разоблачительной истории должен пройти поистине круги ада, путь, подобный мытарствам капитана Копейкина: *Согласно новому порядку на полтора ногах с бумагой от экспертной комиссии остается доползти до районного пенсионного фонда, отстоять очередь, сдать документы и получить искомое разрешение для обращения в ортопедическое предприятие, то самое, которое делало ему ботинок без единой бумажки!*

Также актуальным идеологическим смыслом для оппозиционного дискурса выступает идея **национальной безопасности**. Согласно со-

ветской идеологической установке представлять Советский Союз как страну с самым низким уровнем преступности, официальные СМИ регулярно подавали статистическую информацию соответствующего содержания. Информационным поводом для моделирования следующей ситуации стало заявление министра внутренних дел России Р. Нургалиева о том, что за 9 месяцев сотрудниками милиции раскрыто полтора миллиона преступлений. Оценочный комментарий В. Шендеровича разворачивается следующим образом: *Блеск! А в Ленинградской области был недавно избит известный режиссер Юрий Мамин. Врачи приехали через полчаса, а вот менты ни на месте происшествия, ни в травмпункте так и не появились...* Далее следует предположение: *...кажется, знаю почему: сидели у себя в ментовке и любовались на кривую раскрываемости преступлений... не могли оторваться, такая неземная красота...*

Таким образом, медиастереотипами в оппозиционном дискурсе становятся демифологизированные реалии современной политики, которые в рамках дискурса рассматриваются исключительно как оценочно-негативные: единство нации — как *разновидность толпы для погрома*; расцвет законности — как *необходимость самовластья и прелести кнута*; национальная идея — как возможность проявить агрессию, *дать в рыло и за это выпить* и т. д.

Прагматический эффект трансформирования прецедентных ситуаций в новом социополитическом контексте предполагает формирование представления об этически бесперспективном, абсурдном и антигуманном мире, в котором залогом *стабильности* является *коррупция, баланс интересов* и где *любой стереотип даст дуба рядом с реальностью*.

Коммуникативная модель взаимодействия автора и адресата выстраивается на аксиологических установках тотального отрицания, требует от реципиента дискурсивного мышления, согласно которому советская реальность вызывает неоднозначные оценочные смыслы. Характерно, что советские мифологемы и штампы осмысляются в сатирическом ключе: *совок, времена застоя...* Но контекстное окружение демонстрирует очевидность ностальгической направленности в восприятии образов: *дорогой Леонид Ильич, славные времена застоя, хорошо было в совке*. Можно наблюдать сложный процесс коннотативных трансформаций: демифологизированное в настоящее время имя Брежнева, образы застоя, совка приобретают новую модальность — выступают в качестве оценочно-положительного контрастивного фона для современной постсовет-

ской реальности, по сравнению с которой «славные времена застоя» воспринимаются как «не лишенные некоторого гуманизма».

Таким образом, формат оппозиционного дискурса достаточно жестко задает границы восприятия моделируемой действительности. В качестве своеобразного барометра, раскрывающего аксиологический план формируемого дискурса, может быть рассмотрена коммуникативная установка на концептуализацию оппозиции «свой — чужой». На этом этапе анализа предполагается выявить, какие языковые и композиционные единицы оказываются прагматически сфокусированными на формировании представления о «чужом / чуждом» как этически, интеллектуально, психологически неприемлемом.

Речевая реализация оппозиционного радиодискурса манифестирует столкновение двух картин мира — эксплицитной, семантические контуры которой прорисовываются в прямых комментариях и оценках автора, и имплицитной, восстанавливаемой в сознании адресата в виде некой идеальной, недеформированной модели. В центре внимания автора и ведущего программы «Плавленный сырок» — когнитивно ориентированные понятия, связанные с отражением образа современного мира, который видится как полный противоречий и алогизма. О когнитивно-оценочной технике конструирования мира в оппозиционном дискурсе можно говорить в связи с тем, что Шендерович следует публицистическому принципу панорамирования — отбора фактов, при котором в центре внимания оказывается не просто актуальное, «текущее» событие, попавшее в поле внимания в силу своей очевидности и оперативности, а событие, выступающее в роли оценочного контраста к другим комментируемым фактам. В этом случае можно говорить об эффекте стереоскопичности, который создается за счет высвечивания политических событий государственного уровня частными, бытовыми и наоборот.

Комментируемые события расцениваются как «болевы точки», зоны наибольшей конфликтности, причем уровень их авторского масштабирования один и тот же: и частные, и политические события значимы с точки зрения демонстрации аномативности, абсурдности происходящего.

Протестный пафос программы направлен не только против власти и ее политики вообще, но и на вполне конкретные лица, в качестве которых выступают прежде всего представители партий (коммунистической, либеральной и «очень демократической») и государственные чиновники (председатель ЦИК, мэры городов, губернаторы, думские депутаты). Таким образом, можно говорить о том, что базовым принципом модели-

рования антиномичного в своих проявлениях мира становится принцип субъектной поляризации.

В центре конструируемой в «Плавленом сырке» действительности — герой (антигерой) и связанные с ним события. С одной стороны, **свежее мясо**, с которым необходимо проводить воспитательную работу (*оказывается, большинство не хотят служить, потому что никто с ними с раннего детства не работал, никто не приводил в патриотическое чувство*), а с другой стороны, это политики (**коммунисты**), решившие, что у молодежи должен быть пантеон своих молодых героев, например образ молодого Сталина. Также героями саркастического комментария становятся **жители провинции, садоводы, бабы дуси и кузьмичи**, отстаивающие свои сотки, и **законотворцы**, озадаченные тем, как их отнять (*Лужков инициировал поправки в земельный кодекс, упрощающий изъятие земельных территорий под строительство государственных объектов*); **граждане, плохо соображающие с бодуна** (*каждый 4-й, по данным социологического исследования, не смог сформулировать свой мотив выбора президента*), и **чиновники от государства**, которые обсуждают недостаточность двух сроков для президентства; **стражи порядка, чистые, но волосатые руки** с доходом в 1 млрд руб., и **московские бабушки**, торгующие подснежниками, — *главный оскал преступного мира* и т. д.

Моделируемый автором мир населяют те, кто ближе к скипетру и вертикали, и те, кто чешут репу и ждут пугачевщины. В результате происходит полное единение народа и власти. И если власть предрешающая оценивается только негативно (в параметрах интеллектуальных, психологических, этических оценок), то противостоящий власти народ не получает однозначной оценки, его образ сложен, в нем совмещены терпеливость, покорность и в то же время дремлющий бунтарский дух.

Характерно, что автор позволяет себе быть не беспристрастным публицистом, в полифонической организации программы голос народа часто объединяется с мнением, позицией самого Шендеровича: *...были бы мы поактивней, давно погнали бы вас поганой метлой по Черкасскому переулку (на Лубянку), а так почиваем на радость начальникам... Рисуйте за нас проценты, но только веры не требуйте... мы ленивые, но не совсем тупые...*

Моделирование мира в оппозиционном массово-информационном дискурсе предполагает определенный хронотоп, пространственный образ которого выстраивается через противопоставление центра и периферии. Идеологическое оснащение семантики пространственных

образов достигается благодаря использованию ярких оценочных коннотаций, свойственных мифологемам, архетипическим образам, прецедентным текстам, выступающим в функции эмоционально-оценочных аргументов.

В качестве центра моделируемого мира выступает столица, поэтические названия которой (*белокаменная, златоглавая*) резко контрастируют с ее политическим «содержимым»: с политиками, принимающими антинародные законы, чиновниками, выводящими проценты голосующего народа, стражами порядка, которые, подобно архитекторам, *отсекают все лишнее* — борьбу с преступностью и *оставляют самое главное*.

Удаленная от политического центра периферия представлена теми, кто сопротивляется принимаемым в Кремле законам: ларечными торговцами (*источник коррумпированности*), стариками, отстаивающими свои земельные участки, несознательной молодежью, которая не хочет выполнять свой священный долг, *дабы не остаться без рук и половых органов*, и т. д. Пародийный уровень восприятия политически и социально значимых событий актуализируют анекдотические истории, выступающие в функции дополнительного оценочного комментария: *Баба Дуся мужественно отстаивает свою высотку в 9 соток, а в качестве оружия использовала деда Кузьмича, объевшегося гороха*. Подобный эмоционально-оценочный фон для восприятия серьезной, требующей аналитического осмысления информации, создают фарсовые куплеты с дискредитирующим смыслом:

В Сочи разместят умело олимпийских пять колец.  
Приходи под это дело населению копец.

В системе идеологических и культурных контрастов образ России предстает как средоточие разного рода конфликтов и противоречий — духовно-нравственных, социальных и политических:

Русь — не небо под хлебами.  
Русь — чиновника хлебало при одной мигалке.

Причина подобного устройства русского мира усматривается не в онтологическом и фатальном «невезении», а во вполне конкретных обстоятельствах — чиновничьей, олигархической организации власти.

Для восприятия картины мира, моделируемой в оппозиционном информационно-массовом дискурсе, особое значение имеет временная перспектива разворачивания событий. В качестве оценочных актуализаторов выступают образы прошлого и будущего времени, создающие декоратив-

ный, образный фон для восприятия актуальной журналистской информации. Одним из продуктивных приемов оперирования с временными пластами является прием стилизации, заключающийся в использовании устаревших форм слов, специфической лексики, отсылающей к прошлому: *царь-батюшка, мздоимцы, упасть в ноженьки, знай себе, все глаголяша да хватат, ой вы гои еси, добры молодцы, ухнет, дубинушка* и т. д. Также продуктивным является прием фантастического проектирования событий, отсылающий к будущему времени, образ которого связывается с газетой 2018 года. Эффект укрупнения оценочного смысла и, как следствие, усиления абсурдности достигается благодаря совмещению двух информационных плоскостей — настоящего и будущего. Виртуальная газета становится тем временным пунктом, в котором парадоксальным образом встречаются герои прозвучавших новостей: *состоялась битва бабки Лукерьи со скинхедами за первоцвет; очередная попытка умом понять причину голосования и общим аришином измерить общую явку закончилась госпитализацией специалистов СО в стационар имени Кащенко*.

Подобный композиционно-стилистический прием можно рассматривать как реализацию коммуникативной установки на декодирование, прочтение разных смыслов, установление контакта с адресатом.

Говоря об оппозиционном информационно-массовом дискурсе, следует учитывать, что спецификацию его формы обусловила не только постмодернистская установка на игровое начало, интертекстуальность, мозаичность образов и коллажность структуры, но и идеологическая стратегия, заключающаяся в моделировании в рамках дискурса аксиологической картины мира. Основным методом при этом становится интерпретация, но не аналитического типа, а художественно-публицистического в его сатирическом и гротесковом выражении. Такой тип высказываний Е. В. Какорина квалифицирует как *и н т е р п р е т и р у ю щ и е р е ч е в ы е а к т ы*, «в которых находит свое выражение общая стратегия построения дискурса с позиции глобального конфликта, исключающего поиск взаимопонимания или сближения концептуальных миров [Какорина 2000: 413]. При этом предметом обсуждения часто служат не актуальные события, а «само положение дел», константные ситуации, связанные с коррупцией и преступностью во властных структурах. Художественно-публицистическая форма авторского публицистического комментария неизбежно предполагает редукцию фактологической конкретной информации и, как следствие, «включение» соответствующего стилистического регистра — эксплицитных, оценочно-отрицательных смыслов и актуализацию специальных жанровых форм: фельетона, анек-



дота, памфлета, «абсурдных рассказов», реализующих единое мультижанровое пространство.

Также при анализе аксиологического плана коммуникативного поведения участников оппозиционного дискурса можно говорить о его жанрово-стилистическом коде, проявляющемся прежде всего в выборе персуазивных стратегий, имеющих целью психологическое воздействие. По А. А. Леонтьеву, подобная цель социально ориентированной коммуникации достигается, если «находить в системе ценностей реципиента “слабые точки”, выделять управляющие ею факторы и избирательно воздействовать на них» [Леонтьев 2008: 141]. Одним из способов достижения цели становится организация модели стилистического взаимодействия / воздействия, в связи с которой можно говорить о персуазивности как особом типе ментально-речевого взаимодействия автора и адресата. В. Е. Чернявская, рассматривая механизмы персуазивности, пишет о ее интегративном, комплексном характере, проявляющемся в единстве рационального и аффективно-чувственного начал. Точкой отсчета процесса персуазивности является речевое высказывание, текст, но осуществление происходит на ментальном уровне, в голове реципиента, именно тогда, когда он присвоил те оценки, мнения, установки, которые были предписаны речевой интенцией, сообщением автора [Чернявская 2006: 28].

Подводя итоги анализа фрагмента оппозиционного дискурса, можно сделать некоторые выводы.

1. Аксиологические координаты моделирования дискурса связаны с таким управляющим центром, как автор, регулятивные функции которого сводятся к следующему. Оценка, ракурс восприятия событий формируется перспективой его авторского видения. Как правило, аналитической экспертизе подвергается не целостное событие, а его фрагмент, помещенный в контекст текстовых событий и получающий подобный статус, отражая определенную коммуникативную установку в процессе концептуализации действительности. В фокусе авторского видения события мультиплицируются и виртуализируются, авторская перспектива направляет угол восприятия через определенный хронотоп, композиционный монтаж, основной техникой которого является прямая и обратная хронология, особый эффект имеет изложение событий в обратном порядке.

2. Одной из продуктивных когнитивно-коммуникативных техник формирования дискурса является стереотипизация, которая достигается за счет введения вербальных сигналов — идеологем и мифологем. Реа-

лизация мифологем в дискурсе связана с задачей усиления негативной оценки осмысляемого явления. Актуализация преимущественно советских мифологем предполагает эффект дискредитации современных политических реалий.

3. Идеологически заряженный текст, с одной стороны, отражает проекцию коммуникативного намерения автора, а с другой, является продуктом, порожденным организованной системой идей. Таким образом, при оценке коммуникативных и концептуальных перспектив оппозиционного дискурса необходимо помнить не только о его «внешних», языковых эффектах, но и о социокультурной специфике, своеобразной внутренней программе, которая, во-первых, определяется установкой на безальтернативное (недискуссионное) представление интерпретируемой действительности, а во-вторых, исходит из дискурсивных шаблонов, жестко задающих границы аксиологического моделирования и определяющих «позицию автора в дискурсном поле» [Серио 1999: 24].

## Прецедентные тексты и прецедентный стиль в современном агитационном дискурсе

М. С. Саломатина, И. А. Стернин

Важной приметой современного публичного дискурса, и в частности дискурса агитационного, является *интертекстуальность* — яркий социокультурный феномен современной культуры и коммуникации. Под интертекстуальностью нами понимается *актуализация межтекстовых связей употребленной языковой единицы при ее смысловом развертывании в новом контексте*. При этом языковая единица понимается нами достаточно широко — от слова до небольшого текста, выступающего как выражение некоторого закрепившегося в культуре смысла (цитата, поговорка, афористическое рассуждение и т. п.).

Использование этого приема неизменно привлекает внимание получателя информации к данной языковой единице и одновременно актуализирует соответствующий культурный контекст, в результате чего адресат активизирует в своем сознании определенные знания, связанные с введенной в новый контекст языковой единицей, — так называемые фоновые знания. Именно фоновое знание, связанное с актуализируемыми языковыми единицами, придает культурно значимую маркированность смыслу нового текста, в котором они употребляются.

В лингвистике и лингвокультурологии для интертекстуальных единиц используется понятие прецедентного текста.

Под прецедентным текстом обычно понимают любую характеризующуюся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающую ценностной значимостью для определенной группы носителей языка. Мы полагаем, что понятие прецедентности целесообразно расширить за счет включения в него, помимо последовательностей

языковых единиц, также и отдельных лексических единиц, являющихся национально-культурными знаками. Такие единицы можно назвать прецедентными именами. Прецедентные тексты вместе с прецедентными именами получают наименование прецедентных языковых единиц.

Одним из самых востребованных пластов прецедентных языковых единиц (прецедентных текстов и прецедентных имен) в современном агитационном дискурсе являются тексты советской массовой культуры.

Целью проводимого исследования является описание специфики функционирования прецедентных языковых единиц текстов советской культуры в современном российском агитационном дискурсе.

Исследование выполнялось на материале агитационных текстов, использовавшихся в ходе предвыборной кампании по выборам главы городского округа города Воронежа (2008), которые печатались в газетах, листовках, календарях, буклетах, проспектах, размещались на стендах, плакатах. Объектом исследования являлись лозунги, призывы, слоганы, заголовки, символически употребляемые языковые единицы (*наши, чужие, свои, Запад* и под.), оценочные суждения.

Исследовались как прецедентные языковые единицы, используемые в готовом виде, так и трансформированные прецедентные языковые единицы, апеллирующие к советской культуре и эксплуатирующие оппозицию «свой—чужой».

Политическая реклама, несмотря на всю ее специфику, остается рекламным текстом, одной из главных целей которого является привлечение внимания к рекламируемому продукту. Привлечение внимания — первое звено в цепи механизма психологического воздействия рекламы. Механизм воздействия рекламного текста предполагает включение у реципиента механизма так называемого непроизвольного внимания, которое затем, как предполагается, должно перейти в произвольное. При этом важно не только, чтобы адресат выделил конкретное рекламное сообщение среди множества других конкурирующих сообщений и воспринял его, но и чтобы он понял смысл данного сообщения и запомнил его.

Вполне естественно, что в том случае, когда рекламное сообщение основано на уже знакомом адресату тексте, процесс его восприятия, понимания и запоминания происходит значительно быстрее. Собственно, прецедентный текст или прецедентное имя уже находится в памяти и, шире, в когнитивной базе человека. Использование прецедентных единиц — это эксплуатация уже готового знания, которое не надо формировать в момент восприятия (что легче для реципиента), это как бы отсылка реципиента к уже имеющемуся у него знанию, которое является для

него привычным, естественным и подспудно — правильным, раз оно уже хранится в его когнитивной базе. Фактически это отсылка к уже известной и «по умолчанию» правильной идее. Это важнейшая когнитивная причина эффективности использования прецедентных языковых единиц.

Существует и коммуникативная причина эффективности прецедентных языковых единиц — использование знакомого текста или имени позволяет частично нейтрализовать действие закона первичного отторжения новой информации.

Таким образом, прецедентные тексты отвечают специфике агитационного дискурса с его подчеркнутой ориентацией на массовую аудиторию, на оперативность восприятия и запоминания, доступность изложения, использования широкой когнитивной базы.

Почему же столь широко используются именно советские тексты? Есть несколько причин, позволяющих объяснить выбор именно такого прецедентного материала.

Во-первых, прецедентные тексты советской культуры хронологически относительно недалеко отстоят от настоящего времени, что обеспечивает их высокую узнаваемость. Узнаваемость в данном случае существенна, поскольку автор агитационного текста ставит перед собой цель актуализировать вполне определенный пласт фоновых знаний адресата сообщения и вызвать некие заданные (ожидаемые) ассоциации. Способность автора выбрать адекватные средства для активизации в сознании адресата фоновых знаний, обеспечивающих желаемый эффект (узнавание прецедентного текста, его адекватная интерпретация), является залогом эффективности воздействия текста.

Во-вторых, агитационный дискурс по своей сути императивен, а значительная часть прецедентных текстов советской культуры как раз императивна, если не сказать — агрессивна, поэтому они как нельзя лучше подходят для агитационного текста.

В-третьих, прецедентные тексты советского периода отражают мифологический период социального благополучия, социального равенства, беспроblemности существования простого человека, что легко можно эксплуатировать в агитационном предвыборном дискурсе современности, обращаясь к мифологической памяти.

В-четвертых, хотя, как известно, «прошлое не было таким, каким мы его помним», в социальной и индивидуальной памяти часто остается только хорошее, а для большинства используемых прецедентных текстов характерен именно положительный эмоциональный настрой, который

можно использовать для актуализации у реципиентов положительных эмоций, связанных с советским прошлым.

Основными источниками прецедентных единиц в предвыборных материалах оказались:

- Агитационные тексты времен Великой Отечественной войны: *За правду! За Воронеж!\**.
- Тексты советской социальной рекламы: *Берегите лес!*
- Лозунги и призывы советского периода из разных тематических сфер, например: *Служить трудовому народу!*
- Поэтические тексты советского периода: *Я люблю тебя, жизнь, и хочу, чтобы лучше ты стала; прозаседавшие*.

Анализ текстового материала показывает, что прецедентные языковые единицы текстов советской культуры используются в современном агитационном дискурсе преимущественно в качестве заголовков, лозунгов, слоганов и призывов.

В рассмотренных текстах прецедентные единицы используются как в оригинальном, так и в трансформированном виде, причем трансформированные прецедентные тексты составили более 80 % от общего числа зафиксированных случаев. Основными способами трансформации прецедентных текстов являются следующие:

- Семантическое преобразование (изменяется значение прецедентной единицы, но остается неизменным ее лексический состав).
- Лексическое преобразование (изменяется лексический состав, а значение остается прежним или существенно не меняется).
- Лексико-семантическое преобразование (изменяются лексический состав и общее значение единицы), используется сама модель единицы.

Все эти типы трансформации прецедентных единиц, равно как и использование таких единиц в оригинальном виде, были выявлены в текстах агитационной кампании по выборам мэра Воронежа в 2008 году.

I. Использование оригинальных прецедентных единиц: *Любимый город может спать спокойно; Главное, ребята, сердцем не стареть; Не отступать и не сдаваться!*

Использование прецедентного текста в оригинальном виде позволяет актуализировать заложенные в нем эмоции, тем самым повысить эмоциональность агитационного высказывания, вводя текст в прецедентный социокультурный контекст. Кроме того, оригинальный прецедент-

---

\* В качестве примеров приводятся как оригинальные, так и трансформированные прецедентные языковые единицы.

ный текст с уже устоявшейся положительной/отрицательной коннотацией может быть использован для создания определенного настроения у получателя сообщения, так как позволяет со значительной точностью предопределить реакцию реципиента, что существенно повышает эффективность текста.

## II. Трансформированные прецедентные языковые единицы.

1. Семантическое преобразование, при котором изменяется значение, но остается неизменным словесный состав языковой единицы. К этому же типу трансформации отнесем и изменение прагматики высказывания: *Лес — «наше» богатство?; За нами — Москва!* (имеется в виду то, что государственная власть поддерживает определенного претендента на пост мэра); *«Лучшее» — детям?*

Значительная часть прецедентных текстов советской культуры императивна, и в этом случае изменение прагматической интенции и смыслового наполнения данного текста даже при условии сохранения его лексического состава является важным аттрактивным фактором, эффективно привлекает внимание реципиентов и побуждает к ироническому переосмыслению единицы, что повышает эффективность усвоения информации.

2. Лексическое преобразование, когда изменяется лексический состав, а значение остается прежним или существенно не меняется: *Нельзя молчать!; Я не могу и не буду молчать!*

Такой вариант преобразования текста способствует актуализации прецедентного текста, введению его в новый культурно-исторический контекст. Трансформации повышают историческую значимость прецедентного текста и создают иллюзию продолжения и развития позитивно-го нравственного кредо прошедшей исторической эпохи.

3. Лексико-семантическое преобразование, при котором изменяются лексический состав и общее значение, сохраняется лишь модель: *Главное — не участие, а победа; Эти УКи (управляющие компании) не для скуки!; Свой бизнес на чужом бизнесе.*

Как видно из приведенных примеров, уже знакомая языковая формула облегчает восприятие, понимание и запоминание текста. Юмористически-иронический, подчас парадоксальный характер переосмысления, своего рода языковая игра с реципиентом также повышают эффективность воздействия текста: реципиенту как бы намекают в остроумной форме, мол, нам с вами это понятно, у нас с вами есть общее знание, общий опыт, мы-то с вами можем понять эту фразу. Такое использование прецедентных единиц — своеобразный комплимент реципиенту, что и повышает эффективность восприятия высказывания.

Обращает на себя внимание, что большая часть прецедентных текстов, используемых в современной агитации, заимствована из советской агитации времен Великой Отечественной войны: *За Зоткина! За Родину! За правду! За народ!; Не отступать и не сдаваться!; Победа будет За воронежцами!* Этим агитационный текст включается в более широкий исторический контекст и актуализирует целевые смыслы прошлого — *Отечество в опасности, необходимо спасти его от врагов*, — и, как результат, спасителем выступает конкретный претендент.

Кроме того, в названных текстах заложен и еще один существенный смысл: каждый несет ответственность за судьбу Родины и должен включиться в процесс борьбы, так как мир поделился на «наших» и «не наших». Причем данные тексты часто оформляются в стилистике военных плакатов, с использованием графической символики времен Великой Отечественной войны.

Тексты советской социальной рекламы включаются в современный агитационный дискурс с целью подчеркнуть внимание претендента на пост мэра к социальной проблематике. В данном случае прецедентные тексты представляют собой «удобную» языковую формулу, которая используется в исходном или трансформированном виде: *Спорт — залог здорового образа жизни!; Безопасный город — залог процветания!; Берегите лес!* Поскольку известно, что советское государство было социально ориентированным, подобное использование советской социальной рекламы призвано показать, что проблема социальной защиты в российском обществе не решена и претендент сохранил верность идеалам социальной защиты ушедшего гуманного общества.

Тесты советских песен также регулярно включаются в современный агитационный дискурс. Прагматика данного явления связана с тем, что благодаря жизнеутверждающему смыслу и доминирующей положительной коннотации такие тексты способствуют созданию нужного автору эмоционального настроения у адресата: *Любимый город может спать спокойно; Главное, ребята, сердцем не стареть; Я другой такой страны не знаю*. Кроме того, указанный пласт текстов, как представляется, дает автору возможность воздействовать на определенную целевую аудиторию — старшее поколение, для которого эти песни составляют часть позитивно окрашенных воспоминаний молодости. Эксплуатация эмоциональной памяти молодости позволяет завоевать симпатии данной аудитории. Включенные тексты — комплимент возрастной аудитории: мол, мы знаем и ценим те песни, которые вы пели в молодости, это наше с вами общее достояние, здесь мы с вами едины.



В целом анализ полученного материала позволяет сделать вывод о том, что тексты советской культуры присутствуют в актуальном языковом сознании носителя русского языка и функционируют в современном агитационном дискурсе как экспрессивное и аргументативное средство.

Практика использования прецедентных текстов демонстрирует их коммуникативную эффективность, советские прецедентные тексты пока еще достаточно активно функционируют в агитационном дискурсе и до настоящего времени обладают для составителей и реципиентов высоким воздействующим потенциалом, актуальны для языкового и когнитивного сознания значительной части носителей современного русского языка.

Вместе с тем можно предположить, что целевой аудиторией проанализированных агитационных текстов в основном является среднее и старшее поколение, хорошо знакомое с советской культурой. Для проверки этой гипотезы нами был проведен эксперимент. Шестидесяти молодым людям в возрасте от 17 до 19 лет было предложено ответить на вопросы с целью выявить уровень их знания прецедентных текстов советского времени, представленных в агитационных текстах.

Около 40 % опрошенных смогли указать исходный текст, который лег в основу трансформированного текста, а также конкретный исторический период появления прецедентного текста. Около 30 % респондентов ответили, что им незнакомы предложенные тексты. Некоторые из них называли источник заимствования текста неправильно — в основном тексты современной популярной музыки, литературы фэнтези и т. д. Приблизительно 30 % опрошенных ответили, что предложенные тексты им незнакомы, но относятся, вероятнее всего, к советскому времени. Последний факт подтверждает объективную возможность опознания современным носителем русского языка стиля текстов советской культуры и актуальность этого явления для современного языкового сознания.

Полученные результаты позволяют сделать следующий важный вывод. Число используемых прецедентных единиц в текстах современной культуры (в том числе и в агитационных текстах) имеет тенденцию к сокращению, идет на убыль. Это связано со сменой поколений: молодым людям эти тексты уже в своем большинстве незнакомы (например, тексты Ильфа и Петрова, А. Гайдара, Н. Островского, А. Барто и др.). Однако появляется новый тип трансформации прецедентных феноменов: заимствуются не сами единицы, а стиль, стилистические клише и штампы, дискурсивная манера советской культуры. При этом часто уже нельзя сделать вывод о конкретном тексте-источнике, использованном

автором современного агитационного текста: *Молодые идут!*; *Поставим памятник Сабурову!*; *Интересы воронежцев — превыше всего!* Но сам дискурсивный стиль пока еще известен новым поколениям носителей русского языка.

Под дискурсивным стилем предлагается понимать доминирующую манеру номинации и текстопостроения определенной эпохи. Прецедентный стиль — это использование того или иного дискурсивного стиля в речевой практике другой эпохи с целью придания повествованию экспрессивности, актуализации некоторых смыслов, эмоциональных образов и т. п.

Таким образом, можно говорить о прецедентном стиле.

Опознаваемый современными носителями языка в качестве прецедентного дискурсивный стиль советской эпохи, как показывают наблюдения, характеризуют прежде всего следующие признаки номинации и текстопостроения:

- обилие лозунгов в дискурсе;
- краткость речевого обозначения ключевых положений текста;
- высокая императивность текста;
- повышенная агрессивность содержания текста;
- безапелляционность формы выражения мысли;
- высокий уровень обобщенности номинации;
- обращенность текста к массам;
- отсутствие личностного момента в обращении к массам;
- обращенность к социально-идеологическим, а не социально-психологическим или экономическим ценностям.

Наблюдается постепенный переход сознания носителей русского языка от использования прецедентных единиц к использованию прецедентного стиля советской эпохи. Этот переход, как представляется, включает два основных этапа.

Первый этап связан с сохранением в языковом сознании носителей языка прецедентных единиц при забвении их происхождения или формировании ложной атрибуции этих единиц. Например, многие современные носители языка знают выражение: *Здесь продается славянский шкаф?* — *Шкаф продан, осталась никелированная кровать с тумбочкой*, но большинство полагает, что эта фраза «из Штирлица», тогда как она из послевоенного фильма «Подвиг разведчика». Выражение *Черные технологии не пройдут* атрибутируется книге «Властелин колец», а *Люди решают всё* — рекламе «Мегафона», номинация *наши* — молодежному движению, фраза *наши руки не для скуки* рассматривается как

неприличная и т. п. Подобных выражений в нашем материале оказалось около 30 %, что свидетельствует о тенденции к забыванию современным поколением прецедентных единиц советского периода.

Второй этап связан с опознанием прецедентных единиц не как представителей конкретных текстов советского периода, а как сигналов советского прецедентного стиля. Так, например, воспринимаются современным поколением единицы *За правду!*, *За Воронеж!*, *Не отступать и не сдаваться!*, *Служить трудовому народу!* и подобные императивы.

Это свидетельствует о том, что составители текстов исследуемой политической рекламы лучше знают прецедентные тексты советской эпохи, чем современное поколение, сознательно включают их в текст рекламы, но молодежь опознает не прецедентные единицы, а прецедентный стиль.

Процесс ослабления в сознании носителей языка прецедентных текстов советской эпохи при сохранении в сознании прецедентного стиля эпохи свидетельствует об изменениях в сознании молодежи: ослабляется историческая составляющая ее сознания, редуцируются общекультурные знания. Современным молодым людям прецедентные тексты разных этапов советской эпохи в равной мере кажутся удаленными во времени: для них революция, Ленин, Сталин, Хрущев, Брежнев, Горбачев практически из одного времени; как сказал один студент, «это ж когда было». Современное поколение, у которого преобладает сенсомоторный интеллект, ориентировано на запоминание и осмысление впечатлений и фактов «здесь и сейчас», поэтому быстро забывает любые сведения, которые не используются в данный момент. Прецедентный стиль оказывается более живучим в сознании молодежи, потому что он повторяется в многочисленных лозунгах, рекламе, в поп- и рок-музыке. «Комеди-клуб», «Наша Раша», «Прожекторпэрисхилтон» эффективно пародируют этот стиль, что также способствует его сохранению.

Таким образом, современная политическая реклама еще требует от реципиента определенной компетентности в области советской культуры и в определенной мере способствует сохранению данного культурно-языкового пласта в общественном сознании. Но, учитывая тип интеллекта современного молодого поколения, можно предположить, что в политической рекламе (как, впрочем, и в коммерческой) прецедентный стиль советской эпохи еще просуществует некоторое время и постепенно будет заменяться прецедентными текстами из рекламы, популярных шоу, телевизионных сериалов, музыкальных хитов.

## Советский интертекст в дискурсе региональных СМИ: трансформации и функции

*3. И. Резанова*

В ряде социально ориентированных теорий дискурса справедливо отмечается моделирующая функция дискурсивных формаций. Идеи внутрискруктурной обусловленности значений, разработанные в классических школах структурализма применительно к языковой системе, распространяются на анализ текстового пространства дискурсов. Однако, сохраняя преемственность в признании важности внутрискруктурной значимости анализируемых единиц, аналитики дискурсов переносят центр тяжести на исследование того, как внутрискруктурные значимости формируются в конкретном употреблении языка. В одном из наиболее «жестких» определений дискурсивной обусловленности значений, основывающемся на положениях М. Фуко, отмечается, что «дискурсы — это относительно ограниченные наборы утверждений, которые устанавливают пределы того, что имеет значение, а что значения не имеет» [Йоргенсен, Филипс 2004: 31].

Моделирующая функция дискурсов неоднократно подчеркивалась исследователями. Так, В. З. Демьянков пишет о том, что дискурсивное единство определяется «не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который строится по ходу развертывания дискурса» (цит. по: [Степанов 1995: 37–38]). Эта единая картина мира в пределах дискурсивного единства в когнитивной лингвистике определяется термином «когнитивная база» — «определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений (существующих и возможных)», формируемая «не столько представлениями как таковыми, сколько инвариантами пред-

ставлений (существующих и возможных) о тех или иных феноменах, которые хранятся там в минимизированном, редуцированном виде». В. З. Демьянков подчеркивает существенный момент: «При вхождении того или иного “культурного предмета” в когнитивную базу происходит его жесткая минимизация. Из всего многообразия диалектических и часто весьма противоречивых характеристик данного феномена выделяется некий весьма ограниченный набор признаков, остальные отбрасываются как несущественные» [Демьянков 2008: 374–393, 406].

Данные ограничения, минимизация культурных объектов возникает в результате корреляции дискурсов и социальных практик.

Анализ внутритекстовых значений обнаруживает «формирующую дискурс социально-историческую ткань» (П. Серио), которая, как правило, неоднородна, организуясь как некое поле соотнесенных социальных формаций, в результате чего реальная речевая практика может быть представлена как взаимодействие или «борьба дискурсов».

Интердискурсивность, являясь непосредственной реальностью коммуникации, обнаруживается не только в переключении стилистических регистров речи, но и в наличии маркеров актуализации иных смыслов в определенной доминирующей дискурсивной формации. Вследствие этого становится возможным обнаружение того, что М. Пеше определяет как «преконструкт» — след в самом дискурсе предшествующих дискурсов, поставляющих своего рода «заготовку», «сырье» для дискурсивной формации, с которым для субъекта связан «эффект очевидности» [Серио 1999: 41]. Однако следует подчеркнуть, что проникновение в среду доминирующей дискурсивной формации не оказывается бесследным для преконструкта: он трансформируется, включаясь в новую систему значимостей.

В логике и терминологии когнитивно-дискурсивного анализа этот процесс определяется как претерпевание ряда смысловых трансформаций в принимающей дискурсивной среде некоего культурного факта, уже преобразованного, минимизированного в когнитивной базе предшествующего дискурса. Вопрос заключается в том, каков характер трансформаций, каковы факторы, их определяющие.

Предметом нашего анализа являются интердискурсивные фрагменты в текстах региональных печатных СМИ, обнаруживающих принадлежность к советским дискурсивным практикам как преконструкту; рассматривается вопрос о формах существования интертекстуальных фрагментов советской эпохи в пространстве современных региональных СМИ.

Основные аспекты анализа — типы включения инодискурсивных советских вкраплений в текст СМИ и возникающие при этом смысловые эффекты, семантические и прагматические трансформации интертекстуальных вкраплений, выполняющих разные функции в новой дискурсивной среде. Материалом для анализа послужили тексты томской газеты «Красное знамя» и воскресного приложения к ней «Буфф-сад», а также газеты «Томский вестник» за 2005–2008 годы\*.

Поставив вопрос о вариантах дискурсивно обусловленной трансформации семантики единиц, сформировавшихся в советском дискурсе, предварительно отметим, что наряду с существованием некоторого единого смыслового слоя, обусловленного единством исторической судьбы народа, советское коммуникативное пространство также являло сложное взаимодействие дискурсов, о чем пишет Н. А. Купина: «Языковое существование советского времени по отношению к русскому языку можно охарактеризовать как ситуацию фактической диглоссии: тоталитарный русский язык — антитоталитарный русский язык» [Купина 2007: 161–162].

С одной стороны, дискурсу власти противостоял дискурс советского сопротивления, неконформистских движений, различных движений андеграунда, с другой стороны, советскому официальному дискурсу особым образом оппонировала обыденная коммуникация. Следует противопоставлять широкое и узкое понимание советского: советские властные структуры как вариант тоталитарного языка и советские дискурсы в смысле единства коммуникативного пространства, рождавшегося в условиях общности исторической судьбы народа, что обуславливало обращение к единому кругу тем, концептов, но определяло их различную интерпретацию. Дискурс сопротивления, оппонируя дискурсу власти, обращался к смысловому полю тех же концептов, но придавал им иную интерпретацию.

Как представляется, взаимодействие, взаимовлияние и вместе с тем отталкивание смыслов в дискурсах советской эпохи еще ждет своего специального исследования, мы же в дальнейшем обращаемся к обсуждению внутренней неоднородности «советских» смыслов только в связи с конкретными текстовыми интерпретациями.

---

\* «Красное знамя» — областное общественно-политическое издание, не имеющее в настоящее время четко определенной целевой аудитории. Однако можно констатировать, что современное издание наследует в качестве части целевой аудитории читателей «Красного знамени» доперестроечной эпохи — единственной тогда областной газеты Томской области. «Буфф-сад» — воскресное развлекательное приложение. «Томский вестник» — газета, позиционирующая себя в качестве независимого издания, распространяется бесплатно.

Однако судьба советских преконструктов, варианты их трансформаций и функции определяются неоднородностью не только преконструктов, но и принимающих текстовых формаций. Может быть, в значительно большей степени коммуникативное пространство современных СМИ, в том числе и в его локальном, региональном варианте, являет собой неоднородную структуру, представляя различные варианты новой эклектики эпохи постмодерна, в числе других используя приемы парадоксального сочетания текстовых следов советских дискурсов, предполагая разные варианты коммуникативных эффектов такого столкновения.

Рассматривая своеобразие смыслового поля современного русского постмодернизма, М. С. Уваров отмечает: «“Русский постмодернизм” скорее опередил демократические преобразования, чем обосновал их. В этом разрыве пыталась обрести новую жизнь, например, “новая” коммунистическая идеология, продемонстрировавшая удивительную способность к трансформации и к вполне постмодернистическому плюрализму» [Уваров 2005: 450].

Рассмотрим далее типы включения советских инодискурсивных фрагментов в тексты разных жанров региональной газеты, обращая внимание на трансформации «советских» смыслов в новом тексте и коммуникативные эффекты такого включения.

**I тип.** Прецедентность советского может быть использована как один из вариантов воплощения риторического приема привлечения внимания адресата на основе столкновения инодискурсивных смыслов. В данном случае идеологические смыслы советского используются как один из культурных блоков, наряду с другими прецедентными текстами. Смысловой фон, вертикальное усложнение семантики текста происходит за счет введения прецедентного феномена, который включает в себя смысл не собственно идеологический, но идеологический в снятом виде. Другими словами, идеологический советский преконструкт занимает позицию одного из культурных феноменов в ряду других, деидеологизированных.

Исследователи называют интертекстуальность, иронию и языковую игру в качестве ведущих стилистических средств современной журналистики. Прочтение прецедентного текста предполагает наличие некоторого смыслового инварианта, отсылающего к смыслам когнитивной базы соответствующего дискурса, а через его посредство — к эпохе, типичным ситуациям, что на текстовом уровне, на уровне текстовых воплощений проявляется в появлении типичных предикатов, более широко — типичных контекстов употребления. Как и любой другой прецедентный текст, советский интертекстуальный фрагмент допускает вариантность прочте-

ния в зависимости от разного уровня и типа социокультурной компетенции читателя.

Достаточно высокая частотность такого использования в текстах современных региональных СМИ является косвенным свидетельством, с одной стороны, живости смыслов советского в современной ментальности, с другой — осознания дистанцирования журналистов от данных смыслов, вводимых как средство остранения текста.

Охарактеризуем подобный тип функционирования советских прецедентных интертекстуальных фрагментов в принципиально деидеологизированных информационных жанрах, в том числе в сводках погоды, информационных заметках и т. д. Так, например, сводка погоды озаглавляется прецедентным фрагментом, несущим явные признаки дискурса советского, отсылающего к «Краткому курсу»: *Шаг вперед, два шага назад*. Информация вводится ключевой фразой, начинающей основной текст: *Откуда ветер дует...*, которая в контексте заглавия может быть истолкована также как советский интертекстуальный фрагмент, идеологически вполне определенно нагруженный, — как косвенный речевой акт, выражающий в форме вопроса подозрение в недостаточной политической лояльности: откуда, из каких политических источников появились данные идеи? Продолжение текста: *...будут недоумевать томищи всю предстоящую неделю. Вопросы такие будут заданы по делу: нас просто **достанут** воздушные потоки со всех концов света, и каждый при этом принесет свою погоду* (Буфф-сад. 2005. 3 марта) — обеспечивает новое прочтение предшествующих фрагментов, создавая эффект легкой иронии и в то же время удовольствия, в том числе и от преодоления давления советского официоза, от возможности междискурсивного смешения.

В контекстах подобного типа реализуется и фатическая, и эстетическая функция общения: автор рассчитывает на возможность получения адресатом, испытывающим «триумф от исправности собственного интеллекта» (Buttler 1968: 12; цит. по: [Санников 1999: 27]), удовольствия от разгадывания авторской словесной игры. Автор же испытывает удовольствие от реализованного «стремления развлечь себя и собеседника, а также стремления к самоутверждению» [Санников 1999: 27]). В этом смысле советские преконструкты действуют наряду с другими интертекстуальными вставками, прецедентными фрагментами, отправляющими к культурным стереотипам. О стремлении автора к языковой игре, сдвоению смыслов свидетельствует возможность прочтения в приведенном контексте слова *достанут* в общелитературном значении «достичь что-либо, находящееся на некотором расстоя-



нии» и в просторечном значении «быть надоедливым, досадить в значительной степени».

С другой стороны, данный тип контекстного включения советских прецедентных текстов свидетельствует о дистанцировании автора текста от первичных смыслов. В то же время этот прием может быть рассмотрен и как средство профанации, снижения сакральных смыслов советского политического дискурса самим фактом включения прецедентного текста «Краткого курса» в «низкий» жанр.

Тот же эффект наблюдается и в информационной заметке об изменении схемы движения транспорта на площади Ленина в центре города, озаглавленной «Ленина изменили»:

*Со вторника на площади Ленина поменялась организация движения.*

*Приоритет движения транспорта теперь будет предоставлен по проспекту Ленина в прямом направлении: то есть если мы едем по проспекту Ленина со стороны «Тысячи мелочей», то главная дорога теперь будет проходить по малому кольцу вокруг клумбы, где стоит памятник Ленину (Буфф-сад. 2005. 3 марта).*

Преконструкт в принимающем тексте профанируется, принимающий текст использует «поверженные идеологемы» как средство комического. В данном случае также реализуется стилистический прием иронии, строящийся на сдвоении смыслов, на смещении привычных предикатов прецедентных феноменов.

Композиционно иначе, но с тем же коммуникативным эффектом встраивается советский интертекстуальный фрагмент в информационную заметку о празднике Дня святого Валентина «Влюбленные везде и всюду»:

*14 февраля — день повышения производительности труда почтовых работников и день сверхприбылей торговцев цветами и сувенирами (Там же. 10 февр.).*

Данный фрагмент интересен и тем, что в нем наблюдается типичный способ включения советского интертекстуального вкрапления в «идеологически» эклектичный постмодернистский текст современных СМИ, строящийся на соположении советских штампов со сконструированными по моделям советизмов единицами, отражающими идеологию нового времени. В приведенном фрагменте такое текстовое соположение актуализирует столкновение советского мифа о советском производстве с «непрерывным ростом производительности труда» и мифологемы капитализма как общества с «непрерывным ростом сверхприбылей». Акту-

ализация смыслов советского поддерживается деривационными и грамматическими маркерами советского политического новояза, к которым относят доминирование номинализаций, формирующих номинативный строй речи, нанизывание родительных падежей, а также расщепление предикатных имен как способ генерализации семантики (*почтальон* → *почтовый работник*), способствующие обезличиванию речи, приданию ей бессубъектного характера.

О широком употреблении «рефлексов новояза» в устной речи собеседников, в публицистике 90-х годов прошлого века как способе «пародирования, вышучивания, травестирования официальной фразеологии, лозунгов, призывов, всем известных цитат, названий марксистско-ленинских статей и книг» пишет Е. А. Земская [2000: 22].

Советский прецедентный фрагмент наряду с выполнением функции остранения текста может служить средством направленного формирования ассоциативного фона основной темы текста. Как отмечают исследователи, прецедентные фрагменты, «употребляются, как правило, для указания на те представления, которые не могут быть адекватно вербализованы, либо их вербализация оказывается чрезвычайно громоздкой» [Гудков 2008: 414], вследствие чего советские прецедентные фрагменты способны, благодаря актуализации значительного ассоциативного шлейфа, высветить глубинные смыслы событий, фактов современной жизни. К такому типу функционирования может быть отнесено соотношение заглавия «*“Железный занавес” рухнул*» и текста аналитической статьи об организации Единого расчетно-кассового центра — муниципального предприятия, с помощью которого предполагалось *объединить информационные потоки жилищных и коммунальных структур* (Томский вестник. 2008. 8 февр.). Опорные смыслы статьи ‘доступ к информации’, ‘прозрачная информация’ поддерживаются ассоциативным потенциалом прецедентного сочетания *железный занавес*, базирующимся на актуализации смыслов ‘закрытость’, ‘недоступность информации’, ‘препятствие’, но, безусловно, ими не исчерпываемым. Железный занавес символизировал противопоставление «своих» и «чужих» по государственно-идеологическим основаниям. Это противопоставление становится в тексте статьи основой метафорического осмысления противостояния «народа», который предстает в образе «потребителя услуг», и мифологизируемого в СМИ современного жилищно-коммунального комплекса.

**II тип.** Советские прецедентные тексты, включаемые в современные дискурсы, способны актуализировать целостные мифологические пласты, а через посредство данных смыслов — некий общий смысл

советского как феноменального. «Советская мифология, хоть и не представляла абсолютно действующую и идеально сформированную систему, но тем не менее она включала многочисленные традиционные элементы, органично связанные между собой и приобретающие системный характер», — отмечает Ж. Ф. Коновалова [2001: 300].

Советские интертекстуальные фрагменты, актуализирующие советскую мифологию, могут служить фоном, базой обозначения смыслов формирования новой постперестроечной мифологии. Зачастую такое инодискурсивное включение вводится в форме языковой игры, построенной на эффекте паронимической или омонимической аттракции, которую исследователи стилистических аспектов языка современных СМИ рассматривают также как «наиболее распространенную среди всех механизмов языковой игры» [Николина, Агеева 2000: 554].

Так, например, актуализация советского мифа «космической сверхдержавы» используется в информационной заметке *«Выход в открытый “Космо”»* «Буфф-сада» в качестве фона формирования новых смыслов, связанных с утверждением нового мифа о «всеобщем гламуре». Текст строится на столкновении символических обозначений советского и нового мифов:

*15 апреля любой томиш мог стать «космическим» героем.*

*Сразу два «космических» праздника отмечалось в Томске на прошедшей неделе. День рождения космонавтики и день рождения «Космо» в Сибири.*

Создание мифологического образа поддерживается актуализацией мифоритуальной идеи карнавала, магии начала первого дня — «дня рождения». Средствами актуализации мифологических смыслов становятся, с одной стороны, прецедентные фрагменты *космические корабли бороздили бескрайние просторы вселенной, выходцы из народа, космический герой*, а с другой — *журнал-party*, звание *мисс и мистер Cosmopolitan*, *танцпол*, *мужской стриптиз*. Совокупность междискурсивных столкновений символизирует смену демиургов — культурных героев:

*Именно здесь, в то время как космические корабли бороздили бескрайние просторы вселенной, гости «журнал-party» атаковали танцпол под заводные ритмы латины и заглядывались на мужской стриптиз в исполнении ребят-акробатов из группы «Моченые перцы», пожаловавших на вечеринку из Новосибирска — города-родителя «Космополитен-Сибирь»... В ней-то и разворачивалась конкурсная борьба за звание мисс и мистер Cosmopolitan, коими в конечном счете были признаны выходцы из народа Иван да Марина (Буфф-сад. 2005. 21 апр.).*

**III тип.** В то время как одни тексты региональных СМИ отражают дискурсивные линии преодоления советского, игрового дистанцирования и снижения образов в новой дискурсивной среде, другие контексты открывают принципиально иные способы актуализации данных смыслов, свидетельствующие об их своеобразном переплетении с образами «нового времени», создающими эффект коллажирования. При этом сам тип коллажа, характер внутритекстовых трансформаций преконструктов может разительно отличаться.

Примером дискурсивного проявления тенденций к возрождению советских мифов, возвращаемых в качестве образца прочной государственности, может являться отражение региональными СМИ речевых миров новой политической элиты, общественных деятелей. Представим такой тип дискурсивных трансформаций образов советского.

В статье «Гость из будущего» прослеживаются два типа включения советского преконструкта: в комментарии журналиста и в тексте, написанном от лица «приглашенного героя» — лидера нового общественного движения.

Автор публикации направленно маркирует социокультурный образ героя, используя «советские» интертекстуальные фрагменты: обращение *товарищи студенты*, маркеры советских мифологем *счастливое будущее, светлое будущее, забота о будущем молодежи — дело партии*:

*Товарищи студенты, вы знаете, что будет в вашем молодежном будущем? Нет? Сейчас расскажем! В Томске начало работу отделение Российского союза молодежи, которое берет заботу об этом самом будущем на себя.*

Журналист вполне отчетливо определяет свою позицию по отношению к образу «светлого будущего», вводя маркеры отчуждения — **об этом самом будущем**.

В дискурсе общественного деятеля обнаруживается принципиально иное существование советских преконструктов: не противопоставление советской и новой мифологии, но тенденция к эклектическому соединению образов советского дискурса с образами изменившегося мира. Активные «советские» вкрапления способны обнаружить непосредственную преемственность риторики современных общественно-политических движений и риторики советского дискурса власти: *центральный комитет РСМ, кузница кадров, наши ресурсы — молодежь, работать в связке и т. д.*

*В перспективе организуется лагерь, точнее, смена на базе существующих лагерей, на которых с помощью тренингов, ролевых игр будут развивать лидерские качества молодых. «Лидер» — это кузница кадров.*

— Только члены РСМ смогут попасть в этот лагерь?

— **Не обязательно быть членом РСМ, чтобы участвовать в наших программах. Мы не собираемся насильно всех тащить в Российский союз молодежи. Хочет молодой человек работать над какой-то программой — пусть приходит и работает. А те, кого насильно затащили в союз, будут просто статистами. Нам этого не надо! У нас сейчас уже есть актив, то есть имеется главное — интеллектуальные ресурсы.**

— Ну а как обстоят дела с материальными ресурсами?

— **Вопрос хороший. Наши главные ресурсы — это молодежь, которая хочет что-то изменить. А деньги найдем. Будем работать в одной связке с молодежными департаментами.**

Симптоматично обращение к средствам ритуала для формирования новой мифологии:

*Поэтому очень хочется, чтобы возле **бронзовой Татьяны\*** проводились какие-то шествия, праздники. Чтобы студенты верили, что Татьяна приносит удачу, и завели традицию, к примеру, зачетки складывать у подножия памятнику перед экзаменами, а не орать в окно общежития «Халява, приди!». Молодежь должна понимать и чувствовать, что этот памятник создавался именно для них.*

В результате образуется некий коллаж из риторики советского официального языка, образов дозволенного свободомыслия эпохи советского (КВН) и языковых маркеров новой ментальности:

*Часть программ хочу реализовывать через молодежный парламент, членом которого я являюсь. Создание парламента — **это величайшая идея, спасибо спикеру Госдумы Борису Мальцеву...** Также планируется расширить существующую при Томском государственном университете **биржу труда...** Другая программа, которую мы всеми силами будем внедрять, — это молодежная **дисконтная карта «Евро<26»...** Кроме этой программы РСМ, есть и много других, направленных на школьников, учащихся средне-специальных учебных заведений и рабочую молодежь. Так, **создана центральная лига КВН «Юниор-лига»** для юных кавээнщиков. И из нее потом выростут звезды высшей лиги... (Буфф-сад. 2005. 24 марта).*

Концепты, стилистические ресурсы риторики советских общественных и политических движений актуализируются на страницах региональных СМИ во время предвыборных кампаний в агитационных материалах представителей левых политических партий и движений. Риторические приемы зачастую направлены на обращение (в данном случае — возвращение) к идеалам советской эпохи, имеют непосредственную адресную

---

\* Памятник святой Татьяне на Новособорной площади в Томске, созданный на средства Думы Томской области.

направленность к той части электората, которая мифологизировала советскую эпоху в образе социально ориентированного общества, в котором «простой человек» был опекаем, охраняем государством. Стилистическое маркирование обещаний с использованием риторических приемов советского лозунга в агитационном материале является языковым показателем предполагаемых автором путей их достижения:

*За социальную безопасность жителей Томска!*

*Замоцин против бесконтрольного размещения игровых автоматов, киосков со спиртным и сигаретами вблизи школ... За достойную жизнь пожилых людей!*

*За неукоснительное соблюдение Закона «О ветеранах», за принятие областного закона «Об увеличении жилищных дотаций и субсидий», за разработку программы адресной помощи пенсионерам и ветеранам. Размер пенсии должен быть выше прожиточного минимума!*

*За улучшение жилищных условий! (Красное знамя. 2005. 23 сент.).*

Характеризуя дискурсы как «особое использование языка... для выражения особой ментальности, в том числе и особой идеологии», Ю. С. Степанов вслед за П. Серио отмечал, что это «особое использование влечет активизацию некоторых черт языка и, в конечном счете, особую грамматику и особые правила лексики» [Степанов 1995: 39]. Зачастую именно грамматика текста, доминирующий стилиевой регистр является показателем живости в полидискурсивном пространстве провинции советских коммуникативных образцов, способов говорения о типичных ситуациях. К таким речевым ситуациям, провоцирующим на соскальзывание в привычно советский концептуальный и (имплицитно) речевой мир, являются репортажи об успехах. Сравним, с одной стороны, обычный репортаж в духе советских времен типа «Вести с полей», повествующий об убранных гектарах в грамматике безличных конструкций (*Скошено 166,5 тысячи гектаров посевов, с которых намолочено 248 тысяч тонн зерна при средней урожайности 14,9 центнера с гектара*), совмещающий безличность с приемами «пропагандистского триумфализма»:

*Ближе всего к завершению страды подошли асиновские хлебоборбы, убравшие с полей 80 процентов урожая. В нынешнем сезоне асиновцы уверенно лидируют как по темпам уборочной, так и по урожайности зерновых — 17,2 центнера с гектара (Красное знамя. 2005. 23 сент.).*

И с другой стороны, репортажи об успехах шествия по стране приоритетных национальных проектов, которые выстраиваются с исполь-

зованием этой же грамматики безличных предложений, выводящей активных деятелей, участников событий за пределы актуальных смыслов текста:

*В 2006 году в рамках нацпроекта в Томскую область за счет средств федерального бюджета поступило 9 автобусов, 1 микроавтобус, 8 интерактивных аппаратно-программных комплексов ... комплектов учебного оборудования для кабинета химии, 8 комплектов учебного оборудования для кабинета физики общей стоимостью 17 443 953,52 руб. (Томский вестник. 2008. 13 окт.).*

**IV тип.** Осмысление современной действительности, ее отдельных сторон в жанре памфлета, фельетона, предполагающее опору на гротеск как одно из эстетических средств формирования дискурса постмодерна, также является одной из причин включения в современный публицистический дискурс смыслов советского: «В культурно-семиотическом плане гротеск представляет собой изображение (визуальное, вербальное или речевую фигуру), отражающее один из моментов движения смысла по пути к его утрате (в пределе — нонсенсу, абсурду), или, по крайней мере, момент его трансформации (что также на какое-то время предполагает его утрату)» [Юрков 2001: 85–88]. В гротесковом образе современной России образы советского (модели, стереотипы, мифологемы) используются как средство обнаружения, заострения идеи бессмысленности преобразования, образов хождения по кругу. В анализируемом далее фельетоне «*Каникулы в Простоквашино*» (Буфф-сад. 2005. 24 февр.) ярко проявляется подобный тип включения советских преконструктов. С одной стороны, советское, обретя историческую перспективу, по закону мифотворчества начинает обретать черты идеального — «нового золотого века», высвечивая образы «современной разлухи»:

*Простоквашино, надо отметить, из процветающего совхоза к январю 2005 года превратилось в депрессивный труднодоступный умирающий населенный пункт. Печкин начал выпивать, из-за чего возникли перебои с почтой, товары в местный сельмаг практически перестали завозить, а корова кота Матроскина вместо прежних 5 000 литров молока стала давать втрое меньше...*

С другой стороны, абсурд обнажает столкновение двух перспектив видения советского: официальной, властной (назначение партии — борьба с врагами партии, т. е. с образом партии связывается карательная, а не созидаящая идея,) и «народной». В этой перспективе членство в партии понимается как обретение власти и воспринимается скорее в образах

партпайка, колбасы и икры, являющихся своеобразными антимифами советской эпохи, нежели в образах идеологически обоснованной позиции «гегемона мирового пролетариата». В текстовом пространстве фельетона советские символы и стереотипы становятся предметом ерничества, стеба\*, что, по мысли Е. А. Земской, свойственно «всем языкам посттоталитарных обществ» [Земская 2000: 23].

И, наконец, именно это столкновение призм видения завершает «логику» абсурда обнаружением глубинного наличия моделей советского в современности:

*Впрочем, изрядно повзрослевший дядя Федор в деньгах не нуждался. Он был членом «Единой России» и получал партпак. <...> На что дядя Федор достал из кармана удостоверение члена партии «Единая Россия», из-за этого с Печкиным чуть не случился приступ тахикардии. Он быстро вручил посылку и убежал.*

Современная реальность в интерпретации автора фельетона структурируется в соответствии с моделями, выработанными в советскую эпоху, среди которых одной из ключевых, несущих конструкций, поддерживаемых идеологическими службами, была идеологема «нерушимого единства партии и народа». В советской модели современной реальности позицию коммунистической партии занимает «Единая Россия», которой отводится то же место в официальной идеологии и которая в соответствии с законом «двойных стандартов», оценивается в народном сознании через призму антимифа «кремлевской колбасы»:

*Матроскин предположил, что в посылке лежит кремлевская колбаса и икра, которую **партия** выслала дяде Федору, чтобы он в Простоквашине ноги не протянул... Дядя Федор немедленно организовал стихийный митинг, посвященный борьбе партии «Единая Россия» с врагами демократических преобразований.*

**У тип.** Подобный тип высвечивания смыслов советского в конкретных фактах и событиях современной политической жизни как способ обнаружения их внутренней несостоятельности, раннее, в советские времена, уже проявленной ущербности характерен не только для сатирических жанров, но и для аналитических статей. Так, в аналитической статье, посвященной закону об общественной палате, автор, доказывая ее «декоративный характер», утверждает, что *из легального органа оппо-*

---

\* Е. А. Земская приводит следующее определение стеба, данное социологами Л. Гудковым и Б. Дубининым: «Стеб — род интеллектуального ерничества, состоящий в снижении символов через демонстративное использование их в пародийном контексте (Знамя, 1994, № 11, 166)» [Земская 2000: 23].



зиции, таким образом, палата действительно превращается в очередной **инструмент достижения «всенародного одобрения» кремлевских инициатив**. И далее:

— На наших глазах создается министерство по делам гражданского общества, — настаивал руководитель Томской комиссии по правам человека Борис Крейндель. — У меня уже отпали все сомнения в целесообразности этого органа. Это прямое **возрождение советских «народных объединений», по-советски же бесполезных**. Точнее, польза от них одна — **появляется возможность оправдать действия власти от имени общества** (Томский вестник. 2005. 6 янв.).

Таким образом, анализ текстов современных региональных печатных СМИ позволяет говорить об активной рефлексии советских стереотипов и советской мифологии в публицистике российской провинции. Рефлексия осуществляется как дистанцирование и снижение образов, на основе чего идет формирование новой мифологии. Данной тенденции противостоит тенденция включения советской образной системы в современную, постперестроечную.

## Идеологема «героизм советского народа» на фоне прошлых и современных войн

*В. М. Амиров, Л. М. Майданова*

Важной частью идеологической работы Советского государства являлся культ героя, может быть, лучше сказать — культ героизма. Неслучайно существовали не только герои революции или Гражданской, Великой Отечественной войны, но и герои пятилеток, герои целины, герои жатвы, а наряду с воинским званием Герой Советского Союза присваивалось и почетное звание Герой Социалистического Труда. В результате того, что деятельность больших и самых разных групп людей в произведениях искусства и в СМИ характеризовалась как героическая, в общественное сознание была внедрена идеологема «героизм советского народа». Представление это живо еще и сейчас, причем, по-видимому, единственной его опорой сегодня является память о Великой Отечественной войне. Перескажем один любопытный радиоразговор. В передаче «Особое мнение» (Радио России. 2008. 4 апр.) шла беседа о молодежных субкультурах. Позвонившая радиослушательница объяснила распространение национализма и ксенофобии тем, что в обществе сложился дефицит духовных ценностей, идеалов, и сослалась на Советский Союз, в котором идеалов было предостаточно. Ведущий Игорь Гмыза подхватил: «И который в результате развалился за несколько месяцев». Но радиослушательница закончила мысль по-своему: мы выиграли войну. И все. Никаких возражений по поводу идеалов со стороны ведущего больше не последовало. Для его поколения победа СССР во Второй мировой пока еще бесспорный факт.

Объектом нашего внимания является журналистский военный дискурс, военная пресса. Анализ того, как дискурс формировал идеологему,

каковы ее предшественники, каково ее настоящее, опирается на журналистские произведения, связанные с войнами далекого и недалекого прошлого нашей страны.

Вначале мы обратимся к периоду Великой Отечественной войны, событию, значение которого в жизни народа не подверглось переоценке (речь не о деталях). «Признание того, — отмечает Э. Р. Лассан, — что за любым текстом стоит идеология говорящего как представителя определенной группы, позволяет говорить о надындивидуальном характере коммуникации, что, в свою очередь, объясняет сложившийся во второй половине XX в. подход к исследованию текстовых явлений, при котором объектом анализа становится не отдельный текст или множество текстов одного автора, а целый корпус текстов, являющих надындивидуальные установки их (часто весьма различных) субъектов» [Лассан 2004: 62]. Журналистский дискурс советской эпохи, в том числе и военный, — это такой «корпус текстов», который был подчинен железной идеологической дисциплине и воспроизводил всю «строго структурированную систему идеологем», сформированную в процессе «языкового строительства» «в период тоталитаризма» [Купина 2000: 183].

С помощью партийной пропаганды (и СМИ самым активным образом участвовали в этом) в массовое сознание внедрялись определенным образом семантически преобразованные слова, которые влияли на интерпретационное поле ряда концептов, т. е. на присутствующие в них «оценки и трактовки содержания ядра концепта», в данном случае групповым (а именно партийным) сознанием [Попова, Стернин 2007: 61]. Происходит процесс, который назван «идеологизацией словаря», когда «на традиционную семантику слова искусственно накладываются идеологические смыслы» [Купина 1999: 14].

Обратимся к словам *герой*, *героизм*. Толковый словарь русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова (в 4 т. М. : ГИС, 1935–1940. Далее ТСУ) дает толкование, в котором нет примет идеологического давления: «Способность к совершению подвига». Иллюстративный материал также не вводит связи с идеологией того времени: *Во время катастрофы он проявил истинный героизм. Он не отличается героизмом* (ТСУ I: 554). Но в толковании значения существительных *герой* и *подвиг* влияние идеологии уже имеет место: в иллюстрациях фигурируют *Герой гражданской войны*, *Герой труда* (ТСУ I: 554), *Героические подвиги красноармейцев в боях с японскими самураями* (ТСУ III: 369) (о роли иллюстраций как показателе идеологизации словаря см.: [Купина 1995: 8]). Ядро концепта все-таки, по-видимому, удачнее, чем словарь Д. Н. Ушакова, представляет

современный «Русский семантический словарь» (М. : Азбуковник, 2003. Т. 3. Далее РСС): *героизм* «бесстрашие, самопожертвование и сила воли, проявляются в необычной и опасной обстановке» (РСС III: 256). В интерпретационное поле концепта через вербальные коннотации вводятся определенные оценки и «рекомендации по поведению и осмыслению действительности», что «может быть связано с духовным уровнем сознания, который предполагает в широком смысле оценку концепта с точки зрения его ценности для нации» [Попова, Стернин 2007: 72], но в условиях тоталитаризма это подменяется диктатом идеологии: через СМИ, поэзию, музыку, кино слову навязывается и через него манипулятивным образом встраивается в концепт смысл, броско сформулированный песней: *Когда страна быть прикажет героем, у нас героем становится любой*. Строки эти показывают, что героизм не просто «рекомендуется», но вменяется в обязанность к а ж д о м у, т. е. речь идет о героизме массовом, «всенародном». Кроме того, это героизм, нужный стране — Советскому государству, т. е. это героизм патриотов.

И вот началась война.

Положение, как известно, было такое, что гипербола довоенной песни должна была пониматься буквально. И журналисты поэтому тему героизма ставили на одно из первых мест. В качестве источника материала мы используем сборник военных публикаций Евгения Воробьева «Огненная метель» (М. : Моск. рабочий, 1973)\*. В сборник включены материалы газеты Западного фронта «Красноармейская правда», корреспондентом которой Е. Воробьев был с начала войны. То, что мы читаем на страницах этого сборника, в полной мере представляет картину тысяч газет того времени, сняты лишь упоминания Сталина, наверняка присутствовавшие в материалах. В книге объединены публикации, посвященные, как сказано в предисловии редакции, «героям подмосковного сражения» (с. 3).

Рядом с публицистическими текстами Е. Воробьева издатели поместили около десятка сообщений Советского информбюро, датированных 1941–1943 годами. Мы приведем только первое и последнее из них:

#### ВЕЧЕРНЕЕ СООБЩЕНИЕ 13 ОКТЯБРЯ 1941 ГОДА

*В течение 13 октября наши войска вели бои с противником на всем фронте, особенно упорные на **Вяземском** и **Брянском** направлениях. После многодневных ожесточенных боев, в ходе которых противник понес огромный урон людьми и вооружением, наши войска оставили г. Вязьму (с. 7).*

---

\* Цитируется далее с указанием страниц в тексте.

## ВЕЧЕРНЕЕ СООБЩЕНИЕ 12 МАРТА 1943 ГОДА

*12 марта войска Западного фронта после решительного штурма овладели городом и железнодорожным узлом **Вязьма** (с. 179).*

В этих хронологических рамках и происходили события, освещаемые журналистом. Его зарисовки, репортажи и очерки не только в книге, но и на страницах «Красноармейской правды» тех лет конкретизировали, наполняли жизнью сухие строки сообщений Совинформбюро. Действия советских войск в этих сообщениях обозначаются так: *ожесточенные бои* (13 окт., 22, 26 нояб. 1941); *героическое сопротивление* (15 окт. 1941); *упорные бои* (19 окт. 1941; 14 янв. 1942; 23 февр. 1942); *контрнаступление* (6 дек. 1941); *решительный штурм* (12 марта 1943). Читатели и «Красноармейской правды», и книги «Огненная метель», благодаря работам журналиста, видят эти упорные и ожесточенные бои. А поскольку журналистский дискурс по природе своей фиксирует нечто выделяющееся на общем фоне (в широком смысле «новость»), то и военный журналист запечатлевает людей и события, в чем-то превосшедшие уровень своей среды. В условиях войны, тем более в условиях подмосковных событий 1941–1943 годов, это «превышение уровня» вполне укладывается в ядерное содержание концепта «героизм»: ситуация необычная и крайне опасная, бесстрашия и силы воли требуется сверх всякой меры.

Однако надо учесть, что эти журналистские тексты создавались в рамках определенной идеологии, которая, что особенно важно, в сложившихся условиях не была стопроцентно лживой, во всяком случае в отношении героизма. И это во многом обеспечивает устойчивость положительной оценки события в памяти народа. В текстах СМИ периода Великой Отечественной войны активно функционировала уже закрепленная в общественном сознании идеологема «героизм советского народа». Интерпретационное поле концепта «героизм» репрезентировалось в публикациях с привлечением разнообразных деталей, оценочный компонент обогащался новыми оттенками. Рассмотрим репрезентацию ядерного содержания и интерпретационного компонента концепта «героизм» с учетом идеологического влияния на его периферию.

### **Ядерная зона концепта**

Журналистские тексты рассматриваемого периода всецело были направлены на то, чтобы поддержать мужество народа, поэтому демонстрация героизма сражавшейся армии стояла на первом месте. Ядро концепта составляет ситуационную модель, реализация которой определяет содержание текста. «Дискурс дает представление о предметах или людях, об

их свойствах и отношениях, о событиях, то есть о некотором фрагменте мира, который мы именуем *ситуацией*, — отмечает Т. А. ван Дейк. — Следовательно, модель представляет собой когнитивный коррелят такой ситуации: это то, что “происходит в уме” человека, когда он является наблюдателем или участником ситуации, когда он слышит или читает о ней» [Дейк 1989: 68–69]. Значительная часть событий, которым посвящаются публикации, строится по схеме: «необычная и опасная обстановка, в которой субъект проявил бесстрашие, самопожертвование и силу воли» (если воспользоваться формулировкой «Русского семантического словаря»). Очень коротко проиллюстрируем это положение, поскольку основная наша задача — показать функционирование идеологических смыслов, внедренных в концепт еще до войны.

Необычная и опасная обстановка: оставленный в тылу отряд солдат окружают немцы; расчет пушки оказывается один на один с двумя танками; пулеметчик оказался окруженным взводом немецких солдат; и т. д.

Бесстрашие, самопожертвование и сила воли: капитан Шевцов, командир оставленного в тылу отряда, организует бой. Журналист отмечает, например, такие детали: *Шевцов перед боем отдал приказ захватывать у немцев автоматы и тут же пускать их в дело* (с. 17–18); *Никон Шевцов шел в иттыковую атаку с карабином, который, как известно, не имеет иттыка* (с. 18); из окружения капитан вывел *восемьсот бойцов, отлично вооруженных* (с. 22); наводчик Станевич подбил оба танка, а последним снарядом подорвал пушку, чтобы не оставлять ее врагу; пулеметчик Хамитов, в одиночку защищая высоту, отбил десять атак противника.

Покажем несколько языковых сигналов рассматриваемой ситуации: *У Шевцова были основания для острой тревоги; Капитан понимал, как важно оставаться спокойным... скрыть от бойцов всю меру опасности; в минуту большой опасности, желая придать бодрости своим подчиненным, он запевал песню; важно было не выпустить из рук управления боем и подчинить себе волю каждого бойца* (с. 17–18); *Танки появились на повороте дороги у левофланговой избышки лесника: один, за ним — другой* (с. 24); *Раненых оттащили в лес, и Станевич хлопотал у орудия вдвоем с трактористом Небылицей. В ящиках оставалось двенадцать снарядов. «Значит, до последнего?» — строго спросил Станевич. «А как же!» — просто ответил Небылица* (с. 25); *Фашисты начали контратаку, когда на высоте дежурил один Хамитов* (с. 31); *он ловко управлялся за весь расчет* (с. 31); *Он вновь перекочевал в первый глубокий окоп. И не для того, чтобы прятаться, а чтобы вести прицельный огонь* (с. 33).

Все детали подбираются так, чтобы изобразить ситуацию «проявления героизма». Переходим к анализу «идеологических добавок».

### Интерпретационное поле концепта

Как уже говорилось, еще до войны была сформирована идеологема «героизм советского народа», которая включала смыслы ‘массовость героизма, его всенародность’ и ‘порождение героизма патриотизмом всего народа’. В публикациях времен Великой Отечественной войны целенаправленными повторами в идеологему был внедрен смысл ‘героизм, порожденный историческими традициями народа’. Рассмотрим эти смысловые элементы.

#### ‘Всенародность героизма’

Для репрезентации данного семантического компонента идеологе-мы автору нужно насытить изложение ситуации «проявление героизма» показателями смысла всеобщности. И тексты действительно включают в себя лексические и синтаксические средства, передающие данный смысл.

Журналист несколько раз в разных публикациях показывает, что те, кто призван действовать в опасных ситуациях, прибыли под Москву со всех концов страны: *Интересуюсь, откуда бойцы родом. География самая широкая — от Уссурийского края до Поволжья, от Алтая до Кубани. «Мы теперь все москвичи», — убежденно говорит молодой стрелок Николай Третьяков вместо ответа на вопрос, из каких он мест* (с. 13).

Как любой хороший журналист, Е. Воробьев внимательно слушает своих героев и отмечает в их речи яркие высказывания. Вот и здесь образная формулировка смысла ‘мы едины’, принадлежащая собеседнику, не упущена журналистом. Мало того, она дана в контексте, подчеркивающим смысл всеобщности: названия географических объектов, отделенных друг от друга огромными расстояниями, начинают вести себя как антонимы, постоянно передающие в определенных конструкциях этот смысл (ср.: *от мала до велика, и стар и млад*), поэтому фиксируется не просто «широкая география». Может быть, оживляется связь текста с популярными тогда строчками «От Москвы до самых до окраин, с южных гор до северных морей», т. е. в изложение вводится смысл ‘вся страна, весь народ’. Журналистский текст в этот период вообще часто обращается к внедренным в общественное сознание стереотипам. Например, в следующем отрывке смысл ‘вся страна’ реализуется за счет обращения к стереотипу ‘сибирские морозы’:

*На рубеже ноября и декабря пошли обильные снегопады и метели, ударили крепкие морозы. Иные бойцы, даже сибиряки, уральцы и дальневосточники, мерзли, но их согревала уже одна мысль, что еще больше мерзнут фашисты в своих шинелишках, подбитых ветерком, в пилотках, опущенных на уши, в грундовской обуви (с. 126).*

Такие перечисления нередки, в данном случае весь восток страны рисуется как царство холода, приславшее своих жителей сюда, под Москву. Частица *даже* заставляет вспомнить и о других краях, которые в ситуации тоже представлены. Так возникает смысл 'народ'. В следующих отрывках перечисления, передавая смысл всеобщности, меняют его аспект: сейчас это люди разного социального положения, разного возраста. Кроме того, одно из перечислений обращается к исторической памяти адресата — к страницам Гражданской войны:

*Студенты, учителя, поэты берут в руки винтовки. <...> И молодой скрипач откладывает в сторону смычок и берет в руку гранату, заслуженные и любимые публикой артисты вступают в народное ополчение (с. 64); Отдельные батальоны были незаметно для противника отведены с фронта во второй эшелон и переброшены в Москву только для участия в параде. Вслед за частями и подразделениями, прибывшими с фронта, прошагал полк народного ополчения — разношерстное и пестрое войско. Полушубки, бушлаты, стеганные ватники, бекеши и шинели; иные шинели еще помнили Каховку и Царицын, Касторную и Перекоп... Сапоги, валенки, ботинки с обмотками... Шапки-ушанки, буденовки, треухи, картузы, кубанки, папахи... Винтовки вперемежку с карабинами, мало автоматов и совсем нет противотанковых ружей (с. 54).*

Весьма экономными средствами автор заставляет звучать в тексте язык того или иного народа нашей страны:

*Командир полка Балоян давал последние наставления разведчикам, а рядом с ними стояла Ковальчук.*

*— Мне теж треба в разведку, — заявила она Балояну.*

*— Ты знаешь, куда идут?*

*— А як же?*

*— В тыл к немцам.*

*— А коли в разведке кого ранит? Кто допоможе? (с. 93);*

*Барамия едва заметно улыбнулся и тихо сказал:*

*— Спасибо, генацвале, не забыли...*

*Затем лицо его сразу стало строгим. Он подозвал Чернышева и деловито распорядился:*

*— Автомат оставляю тебе, Котэ (с. 193).*



Географические названия, позволяющие напомнить читателю о всей стране, соседствуют с именами героев, что также конкретизирует смысл всеобщности:

*Он решил отправить к майору Чижову с донесением Увакаса Абишева, храброго и находчивого. И откуда взялась такая ссорка у бывшего воспитателя детского сада? И снежные сугробы ни о чем этому жителю знойного Чарджоу (с. 68); Станевич уже несколько раз просил у капитана карту, чтобы прикинуть, как далеко придется ему шагать-ехать до родной Белоруссии. Он был родом из-под Бегомля, из лесной деревеньки (с. 29); Лица Булахова и его спутников были не по-зимнему смуглыми, они еще хранили загар Казахстана (с. 66); Михаил Лысов мог бы обратить на себя внимание уральским выговором, если бы все в роте, и вообще в полку, не говорили точно так же — певуче и с неожиданными вопросительными интонациями в конце фраз, которым полагалось звучать вполне утвердительно. Полк формировался на Северном Урале, а Михаил Лысов родом с горы Благодать. Он окончил в соседней Кушве девять классов (с. 75); Дубовец про эту самую Нару никогда в своей Сибири и слыхом не слыхал. Про Нарым слыхал, а про Нару... (с. 84); Старшина роты Зайцев долго ворчал, но Дубовца не уговоришь — упрямый чалдон (с. 85).*

Такие «географические» миниатюры встречаются в зарисовках и очерках постоянно. Е. Воробьев вообще не упускает случая актуализировать смысл ‘вся страна, весь народ’. Приведем пример символизации детали. В зарисовке «Обрывок провода» рассказывается о том, как во время боя связист Устюшин замкнул на себя телефонный провод. Последние строки таковы: *В правой руке Устюшин держал «Днепр», а в левой руке, также окоченевшей от холода и усталости, — «Алтай». Теплые варежки лежали на снегу, у его ног (с. 81).* Вряд ли читатели воспринимали эти географические названия только как позывные батареи и наблюдательного пункта.

Так в описание ситуации «проявление героизма» вводятся многочисленные речевые сигналы того, что это героизм массовый, это героизм народа.

‘Героизм порожден патриотизмом’

Этот смысл также выражается в журналистских текстах многократно и разнообразными средствами, что мы видим и в анализируемом материале. Автор цитирует передовую статью из фронтовой газеты: *Бей врага, и пусть любовь к Родине удесятирует твоё мужество!* (с. 10). А это, по сути, репрезентирован один из смысловых компонентов идеологии «героизм советского народа». Тот же самый смысл передается с помощью символизации детали:

*Той же ночью, после доклада порученца, генерал отправил ответное письмо Л. С. Сапелкиной. Он сообщил все, что узнал о Мишутке, одном из тысяч Мишуток, ради которых с таким героическим упорством, не щадя жизни, воюют бойцы и офицеры его Пятой армии. И ради этих же Мишуток сам Леонид Александрович Говоров далеко за полночь сидит в штабной избе, склонившись над картой, объезжает под огнем передний край, шагает по огневым позициям батарей (с. 159).*

Автор может описать дивизию так: *Сейчас она защищает Москву своей жизнью, мужеством, любовью (с. 127).* Он может одушевить даже трамвайный вагон. В зарисовке «Трамвай» рассказывается о том, как перед отступлением армии из поселка Рогожинского вагоновожатый ведет трамвай, чтобы использовать его для строительства противотанкового препятствия: *Вагон № 232 готовился умереть героической смертью. Он стоял, как часовой на посту, охраняя счастье и будущее города (с. 99).*

‘Героизм порожден историческими традициями’

Журналисты показывают, что героизм советского народа корнями уходит в историю страны, тем более что сама география событий может толкать авторов к определенным параллелям. Приведем несколько фрагментов только одного очерка Е. Воробьева («Рубеж»), где рассказывается о боях на Бородинском поле:

*Здесь каждая пядь земли принадлежит истории. Здесь рядом с бойцами 32-й краснознаменной стрелковой дивизии полковника Полосухина сражаются бессмертные тени предков (с. 8); «Бей врага, и пусть любовь к Родине удесяттерит твоё мужество!» Эти слова звучали с особенной силой на Бородинском поле, где по соседству с памятником Кутузову и русским солдатам, героям былого сражения, тянулись длинные ряды противотанковых ежей, были установлены надолбы, а в окопах сидели истребители танков (с. 10); «Не Москва ль за нами?» — снова и снова звучит безмолвный клич сердца. Не только бетоном, землей, сталью, минными и проволочными заграждениями крепятся сегодня подступы к Москве. Они скреплены решимостью ее защитников драться до последней капли крови. Вот так дрались на Бородинском поле наши предки, так дралась доблестная дивизия Полосухина, сдержавшая клятву верности (с. 14).*

Мы видим, что данный идеологический компонент репрезентируется в изложении с помощью различных прецедентных имен и текстов, постоянно устанавливаются параллели: разное время — одно пространство, разные люди — один и тот же героизм.

В это же время сражения под Москвой Илья Эренбург в очерке «Весна в январе» писал: *В яркий, ослепительный день января на дороге на-*

*отступления я думаю о пионерах победы. Победу мы начали строить не шестого декабря, но двадцать второго июня. Победу строили герои, не пропускавшие немцев, истреблявшие еще свежие германские дивизии, взрывавшие мосты, выходившие из вражеского окружения, пережившие горечь отступления, позволившие нашей стране выковать новое оружие и поднять на ноги новые части. Автор перечислил здесь ситуации «проявления героизма», показал, что герои — это народ, вступивший в войну 22 июня, что воины сражались за то, чтобы дать тылу возможность стать опорой фронта, т. е. фактически говорится о героизме, порожденном любовью к родине.*

Интересно, что эту идеологическую характеристику героизма пишущий может «опрокинуть в прошлое», сквозь призму идеологических наслоений рассматривать прошлое народа. Так поступает А. Толстой. Приведем отрывок из очерка «Что мы защищаем»:

*В русском человеке есть черта: в трудные минуты жизни, в тяжкие годы легко отрешаться от всего привычного, чем жил изо дня в день. Был человек так себе, потребовали от него быть героем — герой... А как же может быть иначе? В старые времена рекрутского набора забритый мальчишечка гулял три дня: и плясал, и, подперев ладонью щеку, пел жалобные песни, прощался с отцом, матерью, — и вот уже другим человеком, суровым, бесстрашным, обергал честь отечества своего, шел через альпийские ледники за конем Суворова; уперев штык, отражал под Москвой атаки кирасиров Мюрата; в чистой натальной рубахе стоял — ружье к ноге — под губительными пулями Плевны, ожидая приказа идти на неприступные высоты.*

Все три идеологические составляющие налицо: героем по требованию отечества становится каждый, это не раз доказано на протяжении веков.

Так ли рассматривали героизм журналисты прошлого? Поскольку мы анализируем прессу современного типа, когда журналистика стала уже массовой профессией с известной специализацией, речь пойдет не о суворовских походах и не о войне 1812 года, а о войне на Кавказе, Крымской, Русско-японской, Первой мировой войне и войне в Афганистане.

Ядро концепта репрезентируется, как обычно, путем изображения ситуаций «проявление героизма». Обозначается проявляемое качество различными лексическими единицами соответствующего поля: *бесстрашие, героизм, доблесть, лихачество, лихость, молодечество, мужественность, мужество, отвага, смелость, храбрость* и др. (РСС III: 256). Вот как, например, рисуется «подвиг разведчика»: *Тогда на рекогносци-*

ровку послан был барон Торнов. <...> В 1834-м году Торнов, переодетый горцем и с кучкой преданных ему проводников, отправился в Абхазию, перешел от Сухума на линию через снеговой хребет, с Кубани проехал потом по Черному морю и от устья Сочи берегом обратно в Абхазию; за свою отвагу он едва не заплатил жизнью (Обозрение. Барон Ф. Ф. Торнов (Торнау) // Разведчик. 1890. № 19). Рисуется длинный путь, вводятся многозначительные детали (разведчик один, все выглядит как передвижение группы горцев, вылазка была опасной для жизни). В публикации времен Великой Отечественной войны скорее всего читателю был бы подан сигнал, напоминающий о героическом народе, о патриотизме. В рассматриваемой публикации рисуется только личный героизм и просто эпизод долгой войны на Кавказе.

Даже тональность и оценочные слова дают представление об отсутствии той монументальной торжественности, которая сопровождает рассуждения о героизме народа в советской журналистике: *Дело было подлинно молодецкое по отваге, распорядительности и боевому его исходу* (Дело под Ачхоем и Акиюртом // Военный сборник. 1865. № 41); *Нашей блестящей кавалерии предстоит обширное поприще для славных подвигов* (Пузыревский А. Воспоминания офицера Генерального штаба о войне 1877–1878 гг. // Военный сборник. 1879. № 61. Ч. 1).

Говорят о мужестве армии и флота материалы о войне с Японией, но снова нет попыток создать представление о героизме народа. Приведем лишь одну вполне типичную оценку события: *8-го ноября, отбив жестокий штурм, доблестный гарнизон нашей крепости снова после этого вел ожесточенные бои с противником, получившим приказание взять Порт-Артур, чего бы это ни стоило* (Описание восточной войны // Чтение для солдат. 1905. Вып. 1).

Даже относительно войны в Афганистане публикации разных лет говорят о героизме войск, но не о героизме народа: *За скупыми фразами боевых донесений тех дней сокрыты судьбы и подвиги мужественных людей — воинов, которых послало государство защитить Апрельскую революцию* (Барынькин В. От Пули-Хумри до Кабула // Военно-исторический журнал. 2001. № 12); *Все — от солдата до генерала — работали с величайшим упорством, самоотдачей, не жалея себя, проявляли чудеса выдержки и мужества* (Юров Д. На всю оставшуюся жизнь // Красная звезда. 2004. 13 февр.); *Тем не менее на протяжении всего пребывания в Афганистане наши войска при выполнении боевых задач проявляли терпимость, благородство, мужество, храбрость и невероятное самопо-*

*жертвование* (Варенников В. Нас по-прежнему зовут шурави // Красная звезда. 2007. 14 февр.).

Не искаженный слишком большим давлением официальной идеологии, если так можно выразиться, нравственный инстинкт воюющих и пишущих не позволял возвести мужество солдата в ранг героизма всего народа ни в кавказских войнах, ни в войне с Японией, ни даже в Первой мировой, а тем более — в войне в Афганистане. Иное дело — Крымская война, направленная против внешней агрессии. Самое яркое проявление публицистики этого периода — «Севастопольские рассказы» Л. Н. Толстого. Журнал «Современник», в котором они публиковались, не относится к военной прессе. Но здесь можно обратиться к мнению Е. И. Шейгал, которая так рассуждает о границах дискурса: «На наш взгляд, разговоры о политике (в самых разных ракурсах — бытовом, художественном, публицистическом и пр.) подобны своеобразным ручейкам, питающим реку политической борьбы, так как они, будучи многократно умноженными, вносят вклад в формирование общественного мнения, что в итоге может влиять на ход политического процесса. Поэтому нам представляется логичным исходить из широкого понимания политической коммуникации и включать в нее любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относятся к сфере политики» [Шейгал 2004: 23]. Представим ситуацию: тема войны волнует все общество, о войне пишут и военные, и невоенные издания, все их публикации реализуют концептуальную сферу войны. Думаем, что независимо от типа издания тексты, посвященные данной теме, функционируют как единый дискурс, поэтому и «Севастопольские рассказы» могут быть рассмотрены в рамках обсуждаемой проблемы.

Обратимся к очерку «Севастополь в декабре месяце». Толстой видит в защитниках города частицу народа и считает, что именно сила народа противостоит интервентам: *Главное, отрадное убеждение, которое вы вынесли, это — убеждение в невозможности взять Севастополь и не только взять Севастополь, но поколебать где бы то ни было силу русского народа — и эту невозможность видели вы не в этом множестве траверсов, брустверов, хитро сплетенных траншей, мин и орудий, одних на других, из которых вы ничего не поняли, но видели ее в глазах, речах, приемах, в том, что называется духом защитников Севастополя.* Автор прямо говорит об источнике героизма народа: *Из-за креста, из-за названия, из угрозы не могут принять люди эти ужасные условия: должна быть другая, высокая побудительная причина. И эта причина есть чувство, редко проявляющееся, стыдливое в русском, но лежащее в глу-*

бине души каждого, — любовь к родине. <...> *Надолго оставит в России великие следы эта эпопея Севастополя, которой героем был народ русский.* Есть у Толстого даже мысль, перекликающаяся чуть не через целое столетие со строчкой «у нас героем становится любой». Толстой, правда, говорит только о воинах, но мы уже сказали, как он смотрит на защитников Севастополя: *На дне души каждого лежит та благородная искра, которая сделает из него героя, но искра эта устает гореть ярко, — придет роковая минута, она вспыхнет пламенем и осветит великие дела* (Севастополь в августе 1855 года).

Авторская оценка ситуаций проявления героизма в дискурсах рассматриваемых войн, повторяясь благодаря средствам массовой информации, вводит на периферию концепта признаки ‘истинный героизм’ и ‘героизм вопреки’.

#### ‘Истинный героизм’

Ощущение того, что война ведется нешуточная и воинам приходится преодолевать смертельную опасность (проявлять истинный героизм), возникает потому, что пишущие подчеркивают силу противника. Может, например, фиксироваться численное превосходство: *Чеченцы, при своем огромном численном перевесе, имели полное право надеяться на успех новой атаки* (Дело под Ачхоем и Акиюртом // Военный сборник. 1865. № 41); *Храбрые войска наши отважно дрались с неприятелем, вчетверо превосходившим их численностью* (Возвращение со службы на Дон Донской конно-артиллерийской № 7 батареи // Артиллерийский журнал. 1856. № 6). Отмечается высокое качество вооружения, хорошая выучка противника: *Турецкая артиллерия имеет превосходные орудия, не уступающие в меткости нашим; Турецкие войска пользуются местностью, стойки в обороне* (Воспоминания офицера // Военный сборник. 1879. № 61); *Они [моджахеды] получали из различных источников самое современное оружие, бесперебойно поставлявшееся через Пакистан. У них были и американские «Стингеры», и китайские крупнокалиберные пулеметы, и британские гранатометы* (Многие хотели бы вообще забыть о войне, которую называют «советским Вьетнамом» // Гвардия России. 2008. 24 апр.).

Военный дискурс периода войны с Японией показывает, что, столкнувшись в этом конфликте с малознакомой культурой, с неведомым национальным менталитетом, журналисты посчитали своим долгом обратиться к этим вопросам и честно оценить противника. Отсюда целая серия публикаций о национальной специфике японцев с такими, напри-

мер, их оценками: *В самурая воплотилась вся умственная и нравственная сила японского народа. <...> Высшая же честь заключается для них в верности и послушании своему начальнику, но не в низком и заискивающем послушании, а в том гордом подчинении, которое в подчиненном оставляет чувство свободы. <...> И теперешняя война показала, что дух японской храбрости еще жив в японском народе* (Самурай // Война с Японией. 1904. № 12); *Презрение к смерти является результатом воспитания японца еще во времена господства самураев в духе безграничной любви к микадо и родине. Японец, отправляясь на войну, прощается с жизнью. Не надежда на счастливое возвращение, не отличие и слава одушевляют японца на войне, как у европейцев; отправляясь на войну, он смотрит на себя как на человека, посвятившего себя смерти* (Презрение к смерти у японцев // Война с Японией. 1904. № 14).

Подчеркивание силы противника происходит и за счет перечисления его прошлых побед: *Война эта поставила ребром вопрос о господстве над миром бронированного кулака, о господстве над Европой германского милитаризма. Вопрос этот и должен быть решен до конца. <...> В начале войны мы были свидетелями победоносного шествия германских войск через Люксембург и Бельгию во Францию до самых почти фортов Парижа. Мы видели, как, все разрушая на своем пути, германские полчища вторглись в Польшу, двигаясь к Варшаве. Тогда германским вождям могло показаться, что они вправе диктовать условия* (Письма с войны // Альбом героев войны. 1915. № 6).

Наконец, автор просто может назвать оценку: *Русско-японская война отошла в область прошлого, стала доступна для изучения, будущим историкам войны необходимо прислушаться к голосу участников этой гигантской, неслыханной борьбы* (Апухтин А. Н. О боевой подготовке пехоты // Общество ревнителей военных знаний. 1906. Кн. 1).

### ‘Героизм вопреки’

Эта оценка воинского героизма появляется потому, что журналисты и в прошлом, и в настоящем подчеркивают два обстоятельства: неподготовленность России к той или иной войне и (в крайнем выражении) предательство элит (власти, интеллигенции, а то и прессы).

В связи с рассматриваемыми смыслами вернемся к дискурсу Великой Отечественной войны. Признак ‘истинный героизм’ актуализировался и не мог не актуализироваться и в это время. Катастрофа начала войны требовала объяснения. И в качестве оправдания выдвигался мотив незапности нападения вероломного врага на мирных людей. Зато позднее

именно этот мотив в первую очередь опровергается: пресса, художественная литература, фильмы активно разрабатывают другой мотив — предупреждение о готовящемся нападении Германии на Советский Союз. И тогда возникает вопрос: почему сигналы не были услышаны? Понятно, что разговора о предательстве элит и быть не может, зато появляются различные версии поведения И. Сталина. Правда, факт игнорирования предупреждений может приводиться, а вопрос о причинах этого обходится стороной. Приведем только один фрагмент статьи «Стоявшие насмерть» (Красная звезда. 1965. 14 апр.) генерал-полковника П. И. Зырянова, начальника погранвойск КГБ при Совете министров СССР:

*Часовые Родины собрали многочисленные сведения о сосредоточении у нашей границы фашистских войск. Через перебежчиков и местных жителей были установлены и сроки начала наступления гитлеровской армии. Обо всем этом пограничники немедленно докладывали по команде. Однако меры, необходимые для отражения нападения фашистов на нашу страну, своевременно не были приняты.*

А дальше, естественно, советские пограничники проявили высокое воинское мастерство, исключительную стойкость и отвагу, готовность самоотверженно защищать каждую пядь родной советской земли.

Мотив неподготовленности к войне, тем более мотив предательства не звучат в военном дискурсе кавказской войны прошлого. Здесь могут говорить лишь о каких-то неудачных решениях, о неопытности, но такие детали характерны для любой войны. В материалах о турецкой войне есть рассуждения о «малодушии» элиты: *Человек, продолжавший веровать в русские силы, в русскую мощь, казался легкомысленным, шовинистом, многие не решились открыто заявлять свои надежды, и хор малодушных мудрецов свободно, на простор, с полным апломбом гудел: «Я говорил!», «Я предвидел!» и т. п. И все это в самом начале войны, когда был отбит только один корпус, наткнувшийся на превосходящего противника в укрепленной позиции* (Воспоминания офицера // Военный сборник. 1879. № 61).

Современная пресса, обращаясь к теме Кавказской войны, анализирует и военные эпизоды прошлого, и современное состояние дел на Кавказе. Например, «Независимое военное обозрение» (2005. № 21) публикует аналитическую статью А. Уткина «Оптимистическая трагедия Большой Кавказской войны. Неудача Даргинского похода 1845 года заставила в корне пересмотреть стратегию и тактику борьбы с Шамилем». Как и в публикациях полуторавековой давности, здесь отмечается «мужество, стойкость, выносливость русского солдата». Вместе с



тем говорится о таком «умелом и мужественном противнике, как горцы Кавказа» (это мотив «героизм против сильного противника»). Никаких рассуждений о предательстве сверху в публикации нет. Она посвящена стратегии «правильной, методичной осады», которая одна только может помочь в таких противостояниях (далее сказано, какая армия может осуществить эту стратегию, не без некоторого намека на сегодняшний день). Публикации о современном положении дел в этом регионе как раз не лишены двух указанных мотивов. Авторы говорят о *Хасавьюртовском предательстве*, о *1,5-тысячной бандитской армаде* и рядом о тех, кто готов *на бой, на подвиг и на труд* (Храмцов Е. Между войной и миром // Воин России. 2000. № 7). Звучит еще мотив неподготовленности к войне, хотя и не в плане вооружений. Речь идет о слабом знании обстановки на театре военных действий: *Для командования и личного состава группировки федеральных войск враждебные действия со стороны местного населения оказались полной неожиданностью, что заставило на ходу менять замысел проведения операции. <...> Ни командование группировки, ни сами военнослужащие к этому готовы, конечно же, не были* (Балуевский Ю. Н. Уроки Кавказских войн // Военно-исторический журнал. 2000. № 6).

Отчетливо звучат мотивы неподготовленности и предательства в публикациях о войне с Японией и о Первой мировой. Последний мотив особенно препятствует тому, чтобы в тексте формировался конструкт «героизм народа». Мотивы настолько переплетаются, что, если автор решит обратиться к проблеме неподготовленности России к войне, сетования на это обстоятельство почти обязательно переходят в обвинение верхов, а то и всего общества в неумении или нежелании заниматься военной политикой и положением армии: *Печать, отражая потребности и настроения общества, силится разобраться в обрушившемся на нашу страну бедствии, следит за перипетиями борьбы, плачется о нашей неподготовленности, указывает на ошибки в прошлом, утешаясь надеждами на будущее; Гораздо более прав проф. кн. Е. Трубецкой, выразивший взгляд, что главным виновником наших неудач является наш бюрократизм* (По поводу войны // Война с Японией. 1904. № 20).

Пресса описывает духовный упадок общества: *У нас упадок духа в обществе и народе на многие последние десятилетия составляет печальную и несомненную истину. Народ обессилел от ряда экономических бедствий, общество заразилось его унынием, и вся государственная работа нашего Отечества сводилась к типу исполнения текущих дел. Не чувствовалось горячей силы жизни, которой кипел кругом нас к нашему*

*ущербу весь земной шар. Такое положение многие приписывают силе бюрократической рутины, и в этом есть доля истины, но с рутинной можно бороться только самостоятельностью, а ее не почерпнешь из того источника, который ее же так долго убивал (Из «Нового времени» // Война с Японией. 1904. № 12); Хуже всего дело обстояло в Харбине, в этом отвратительном центре всевозможных, самых нелепых слухов и сплетен, в этом средоточии бесшабашного разгула, разврата, дебоша. Вот эти-то недостойные люди и являлись героями корреспонденций и рассказов, в которых незапятнанное имя нашего боевого офицера трепалось на все лады (Апухтин А. Н. О боевой подготовке пехоты). Если обратиться к прессе времен Первой мировой войны и не касаться концепции большевиков как сторонников поражения России, то мы видим те же настроения: В столице, в больших городах, вдали от войны, которая доносится сюда лишь заголовками экстренных телеграмм, печальными кортежами забинтованных людей и подленьким шишуканьем тревожных трусов, — невольно, подчас даже вопреки здравому смыслу, становишься скептиком, недоверчивым, опасливым обывателем (Мирский Б. С. На полях крови // Война. Жизнь и суд. 1915. № 15). Пресса, таким образом, подчеркивает разлад в обществе: бюрократическая рутина убивает в народе самостоятельность, отсюда экономические неудачи, упадок духа, неверие в политику государства, нравственное разложение. Армия сражается как бы вопреки всему этому, проявляя героизм поневоле и вопреки общественным настроениям.*

Современные публикации выражают эту противопоставленность, пожалуй, еще ярче. В 2005 году исполнилось 100 лет со дня Цусимского сражения. Публикации «Красной звезды» и «Независимого военного обозрения» очень четко выстраивают смысловой контраст. С одной стороны, оценивается сражающийся флот: *Несмотря на мужество и героизм российских офицеров и матросов, потери для России оказались катастрофическими* (Фомищенко Р. Цусима: помнить войну // Красная звезда. 2005. 27 мая); *Не только лишь неудачи определяют лицо флота. Его визитная карточка — безграничная отвага русских моряков; Можно привести много примеров доблести, отваги и самопожертвования* (Королев В. Цусима: первое крупное поражение на море // Независимое военное обозрение. 2005. № 19). С другой стороны, современные авторы констатируют: *В числе существенных просчетов России на этапе подготовки к военным действиям были выделены: неплановость строительства флота, его моральное устаревание, слабая огневая мощь кораблей, пацифистские настроения в обществе ... чиновничья система выдвижения полко-*

*водцев не приветствовала офицеров «ершистых», действенных, людей неудобных в насаждении удобного верхам мнения (Фомищенко Р. Цусима); Зиновий Рождественский за период пребывания на посту начальника Главного морского штаба слишком много узнал о разных махинациях и темных делах в судостроении, в которых были замешаны высочайшие особы; Это явилось следствием крайнего бюрократизма и рутинерства чиновничьего аппарата, зачастую пренебрежительного отношения к достижениям российских ученых и инженеров (Королев В. Цусима).*

То же противопоставление присутствует в рассказе о другом сражении этой войны. В публикации «В боях за Порт-Артур» ([www.SOLDAT.ru](http://www.SOLDAT.ru). 2007. 2 янв.) приводятся слова генерала К. Смирнова о том, что сдача Порт-Артура — предательство и катастрофа под Мукденом есть прямой результат этого предательства. Вместе с тем автор публикации фиксирует оценки: *геройская оборона Кинчжоуской крепости; Матросы и офицеры «Стережущего» вели себя героически, отстреливались; С первых дней войны и до падения крепости многие экипажи русских кораблей мужественно сражались с врагом.*

Публикация Р. Ждановича «Тогда, в Чемульпо. Как это было» (Дуэль. 2004. 9 марта) рассказывает о гибели «Варяга» и «Корейца». Естественно, говорится о героизме моряков. Но рядом с этим: *Задача Уриу (это командующий отрядом японских кораблей) была предельно облегчена предательством. На самых верхах С.-Петербурга!*

Тема противопоставления солдатского героизма и предательства «верхов» отчетливо звучит и в публикациях, анализирующих итоги войны в Афганистане: *А эти в подавляющей массе 20–22-летние ребята, которых орава чиновников направила в Афган, бросила и забыла, совершали подвиги* (Почтарев А. Прокляты и забыты? // Независимое военное обозрение. 2004. № 5).

Таким образом, идеологема «героизм советского народа» в военном дискурсе активно функционировала в годы Великой Отечественной войны. Дискурс устанавливал ее связи с историческим прошлым, хотя военная пресса прошлого концепт «героизм» не соотносила с целым народом. Описание воинского героизма в военной прессе до 1917 года чаще всего дается в контексте, который включает в себя три момента: сила противника, неподготовленность к войне, предательство элит. Современный военный дискурс сохраняет эти мотивы и при анализе войн прошлого, и при информировании общества о войнах современности. Советская идеологема живет в памяти старшего поколения и в официальных текстах. Дальнейшее ее существование требует целенаправленных усилий общества.

## Представления о *богатых* и *бедных* (по данным районных газет Урала и Зауралья)

О. В. Ильина

Бинарная оценочная оппозиция *богатые* — *бедные* осмыслялась в советское время как искорененная революцией и характерная лишь для буржуазного мира. В постсоветской России появилась новая «буржуазия», и эта оппозиция вновь вернулась на страницы газет. В районной прессе она получает специфическое воплощение. Как справедливо отмечает Э. В. Чепкина, «местные издания представляют гораздо больше моделей, традиционных для советской журналистики, в них отчетливее звучит ностальгия по прошлому и громче — критика многих новых реалий» [Чепкина 2004: 287].

Нами рассматриваются публикации в районных газетах центральных областей Урала и Зауралья (Свердловской, Тюменской, Челябинской и Пермской) за 2000–2008 годы. По наблюдениям Н. А. Купиной, в небольших городах и поселках Урала, сохранивших градообразующие предприятия, а следовательно, и рабочих, от которых зависит сам факт существования завода, фабрики, выходят газеты, которые не изменили стиль советской районной прессы и советские названия. Это такие издания, как «Верный путь», «Чусовской рабочий», «Шахтер», «Соль земли», «Рабочая жизнь», «Искра Прикамья», «Рассвет», «Заря», «Вперед» и др. [Купина 2006: 85].

В советский период представления о *богатых* и *бедных* были идеологически нагружены, и это отразилось в словарных материалах (толкованиях и иллюстрациях). Отметим, что мы говорим о представлениях, отраженных в словарях и существовавших в рамках официальной точки зрения, а не в обыденном сознании. Так, оппозиция *богатые* — *бед-*

ные вписывается в базовую для языка советской эпохи идеологическую, «классовую по своей природе» оппозицию *социалистическое* (коммунистическое) — *капиталистическое* (буржуазное) [Купина 1995: 12, 17].

Богатство трактуется как результат коллективного высокопроизводительного труда, а признак ‘богатый’ приписывается трудовым коллективам. Идеологическими добавками становятся внедряемые в толкования и / или иллюстративную часть значения сигналы социалистического понимания основы богатства: ‘коллективный труд’, ‘завод’, ‘колхоз’, ‘страна’. Подобные идеологические добавки сопровождают толкования лексического значения во всех словарях советского времени. Например: *Богатый* — 1. а) В условиях социалистического общества — личным или коллективным трудом достигший полной обеспеченности, зажиточности; зажиточный. *Богатый колхоз. Богатая артель.* б) В эксплуататорском обществе — обладающий большим, полученным путем эксплуатации или по наследству имуществом, главным образом, средствами производства и большим денежным капиталом (употр. часто в знач. сущ.) (Словарь современного русского литературного языка. М. ; Л., 1950. Т. 1). Как видим, формируются представления о способе достижения богатства, связанном с *коллективным трудом*, и представления о богатстве, добытом путем *эксплуатации*, а также доставшемся *по наследству*. Идеологическое приращение к признаку ‘богатый’ ‘способ достижения богатства’ варьируется в зависимости от общественной формации: представление о богатстве омысливается в границах дихотомии *при социализме* — *при капитализме*.

Признак ‘богатый’, т. е. ‘обладающий большим имуществом, полученным по наследству или путем эксплуатации’, толкуется как присущий субъекту-лицу — привилегированному представителю капиталистического общества. Вводятся пространственно-временные ограничения личного богатства: ‘обладание средствами производства и денежным капиталом’ соотнесено с дореволюционным временем и / или пространством за пределами СССР (*западные страны, капиталистические страны*).

Изменение социокультурной ситуации в России сопровождается находящими речевое воплощение трансформациями представлений о *богатых* и *бедных*, сдвигами в ценностных предпочтениях россиян. Представления о *богатых* и *бедных*, объективированные в современных газетных текстах, варьируются в зависимости от точки зрения издания, отражающей не только социальные, идеологические позиции учредителя и редакции, отдельного журналиста, но и точку зрения адресата, т. е. коллективное мировосприятие, мировоззрение конкретной читательской

аудитории. Точка зрения выявляется нами из массива высказываний, обнаруживающих интерпретационно-оценочное сходство.

В районной прессе отражается точка зрения жителя района, «простого человека». В центре внимания районной прессы — описание жизни местного населения, преимущественно бедных людей, реже богатых. Смысл ‘бедность’ транслируется заголовками, включающими однокоренные образования: *Мы — бесправные, потому что **бедные*** (Искра. 2008. 3 июля. г. Лысьва. Перм. край), *Как вывести семью из **бедности**?* (Соликамский рабочий. 2008. 19 авг. г. Соликамск. Перм. край), *Работали много, жили **бедно*** (Новости. 2005. 23 дек. Горнозаводской р-н. Перм. край).

Стереотипные представления о *богатых* и *бедных* поддерживаются двумя параллельными парадигмальными комплексами языковых средств. В районной прессе реализуются компоненты четырех основных парадигм, включающих номинации субъектов, являющихся в соответствии с современными стереотипными представлениями носителями признака ‘бедный’:

1. Парадигма номинаций, объединенных общим смыслом ‘лицо по профессии, находящееся на государственном финансировании’: *бюджетник, учитель, медик, медработник, врач, санитарка, дворник, уборщица, работник сельского хозяйства, рабочий завода* и др. Например: *Зарплата у **сельских тружеников** невысокая* (Огни Камы. 2008. 26 июля. г. Чайковский. Перм. край. ). Ср.: *Читаю таблицу базовых ставок зарплаты **медработников** и впадаю в тихое недоумение: по первому разряду в ней значится **500 рублей**, по последнему, 18-му, — **2 025 рублей**. И как им удастся содержать семью при такой **мизерной зарплате**? <...> А я все-таки узнал, как **врач** сам **сводит концы с концами** в семейном бюджете. Работает через сутки: одни — старшим врачом, другие — с бригадой скорой помощи на выездах* (Искра. 2003. 11 окт. г. Лысьва. Перм. край). Бедность обозначается с помощью указания на денежное выражение зарплаты, а также с помощью фразеологизма. Номинации субъектов (*медработник, врач*) получают семантическое приращение ‘небогатый, не обладающий средствами, обеспечивающими средний уровень жизни’.

2. Парадигма номинаций, объединенных смыслом ‘лицо, находящееся на государственном социальном обеспечении, получающее пенсию/пособие’: *пенсионер, ветеран войны, ветеран труда, инвалид, безработный* и др. Например: *А для врачей «Скорой помощи» одинаково ценна жизнь любого пациента — и **богатого бизнесмена**, и **нищий пенсионер***

**ки** (Нива. 2008. 10 сент. Перм. р-н. Перм. край.). В подобных контекстах не редки упоминания о размере пенсий: *Инвалиды по зрению теряли свой заработок, а с ним и надежду на **выживание** — пенсию по инвалидности государство положило ровно такую, чтоб не умереть с голоду* (Березниковский рабочий. 2003. 26 апр. г. Березники. Перм. край).

3. Парадигма номинаций, объединенных смыслом ‘пожилой человек’: *старшее поколение, пожилой человек, престарелый человек, старик, старушка, бабушка, дедушка* и др. Например: ***Старикам** кефир не по карману* (Соликамский рабочий. 2008. 19 февр. г. Соликамск. Перм. край).

4. Парадигма номинаций, объединенных смыслом ‘неполная или многодетная семья / член неполной или многодетной семьи’: *мать-одиночка, сирота, одинокая женщина, неполная семья, многодетная семья*. Например: *К нам нередко обращаются **многодетные малоимущие семьи** с просьбой оказать материальную помощь* (Искра. 2008. 4 марта. г. Кунгур. Перм. край).

Для парадигм номинаций субъектов-носителей признака ‘богатый’ не характерна интенсивная динамика и детализация. В то же время в текстах используются компоненты парадигмы номинаций предпринимателей: *предприниматель, коммерсант, бизнесмен; владелец магазина / дома отдыха; хозяин предприятия / магазина / киоска*. Активны номинации представителей власти: *чиновник, депутат, человек у власти* и др.

Стереотипные представления о *богатых* и *бедных* выражаются номинациями объектов обладания, которые становятся показателями уровня жизни *богатых* и *бедных*. Номинации объектов обладания, передающие представления о *бедных*, складываются в детализированные парадигмы. Лексические значения членов парадигм регулярно получают приращение типа ‘ветхий’, ‘убогий’, ‘дешевый’, ‘сделанный своими руками’:

1. Номинации, объединенные смыслом ‘дешевые продукты / простая пища’ (*хлеб, молоко, каша, крупа, гречка, пишено, перловка, картофель, макароны, рожки, суп из костей, постные щи* и др.): *В день, когда приносят пенсию, **бывшая учительница** берет ручку, чистый листок бумаги и производит расчеты. После оплаты коммунальных услуг и абонентской платы за телефон остается 900 рублей. Получается, чтобы **прожить** месяц на оставшиеся деньги, нужно в день тратить 25 рублей. <...> Мяса Ольга Алексеевна не ест месяцами. **Супы готовит из костей**, которые покупает на мясокомбинате. Рацион ее почти всегда один и тот же: **крупы, картофель, молоко, рожки, хлеб*** (Березники вечерние. 2003. 17 июля. г. Березники. Перм. край).

2. Номинации 'ветхой, бедной одежды' (поношенная / бедная одежда, одежда не по размеру, старая куртка, потертые брюки и др.): *Живут Сергеевы бедно. Их доход 1 тысяча 344 рубля, с Диминой пенсией и маминым пособием по уходу за ним. Гардероб свой Маргарита Анатольевна не обновляет годами, разве что украсит **старое платице** новеньким, **собственноручно сшитым** пояском. Добрые люди поделились с нею частью своего участка, там она сажает овощи. В сезон собирает ягоды и грибы* (Березники вечерние. 2003. 29 мая. г. Березники. Перм. край). В подтексте угадывается противопоставление объектов обладания богатых и бедных, которое конкретизируется через оппозицию 'купленное — сделанное своими руками'.

3. Номинации, объединенные смыслом 'убогое жилище' (барак, сарайчик, труппы, комната в общежитии, дом-развалюха, изба и др.). Детализированное описание локуса 'бедного жилища' часто включает картины его деформации, заброшенности (*полуразвалившиеся избушки, изветшала печка, полуразрушено крыльцо, крыша протекает; нет света / воды / газа; окна без стекол*): *Живет в Черновском **одинокая старая женщина** Анна Михайловна Дробинина. В какой-то мере **старушка** в свои 78 лет еще способна себя обихаживать. Но **дом требует ремонта: полуразрушено крыльцо, дверь держится закрытой только на крючке, изветшала печка**. <...> Анне Михайловне платят пенсию по возрасту: 997 рублей 50 копеек. Заставить бы пожить на эти деньги **людей, создающих правила игры в сфере пенсионного обеспечения!** Но они-то как раз, по некоторым сведениям, **живут припеваючи*** (Светлый путь. 2003. 10 окт. с. Нижняя Тавда. Тюм. обл.).

Районная пресса склонна к детализированному описанию жизни бедных. Индексы уровня жизни бедных, представленные в районной прессе, высвечивают крайнюю степень обнищания населения районов и маленьких городов. Детализация представлений о стиле жизни бедных во многом связана с фокусом укрупнения объекта рассмотрения: районная газета приближена к «простому человеку», к бытовой, частной стороне жизни.

Индексы уровня жизни богатых людей представлены не так широко, как индексы уровня жизни бедных.

Представления о *богатых и бедных* в районной прессе помещаются в темпоральную рамку *советское прошлое — наши дни*. Реализуется два варианта взаимодействия данных временных периодов.

Во-первых, советский период мыслится как время материального равенства, приоритета духовного, и в противопоставление ему создается



образ «нового времени». Например: *Сегодня жизнь стала внешне эстетичней. Красивы магазины, улицы. Но рубль затмил духовное богатство. Если раньше не было различия между прослойками населения, то теперь появились два класса — бедные и богатые. В общем-то между ними — пропасть. Трудно было тогда представить, что рублем можно людей разделять* (Чусовской металлург. 2003. 30 янв. г. Чусовой. Перм. край). Резко противопоставляется духовное богатство и богатство как обладание деньгами, имуществом.

Районная пресса отражает групповое представление о «качестве жизни», спроецированное на ближнюю ретроспекцию — советское время: *Вера Самойловна правильно считает, что все силы надо направлять на повышение благосостояния людей. Вспомнили мы с ней времена, когда нормальная семья с ежемесячным доходом в 200 рублей могла себе позволить жить небедно, приобретая вещи длительного пользования, не отказывая себе в поездках и т. д.* (Искра Прикамья. 2006. 7 марта. с. Елово. Перм. край). В подтексте формируется темпоральный контраст: очевидно, что раньше жили лучше. Те, у кого были деньги, сытно ели, хорошо одевались, покупали вещи, ездили в отпуск. В представлении о небедной жизни, к которой и теперь надо стремиться, стереотипно включается самое необходимое, это такие объекты обладания, как вещи длительного пользования, поездки, мясо, зарплата 5–6 тысяч и др. Можно сказать, что в подобных высказываниях реализуется точка зрения жителя провинции на труднодостижимое стандартное качество небедной жизни. Приведем еще пример: *Автор, наверное, знает, что в России большинство семей живет в бедности. А что же дальше будет? Наше поколение жило, когда у власти была КПСС, и теперь мы видим, что жили мы намного лучше, чем сейчас. Военные и послевоенные годы всем нам оставили большие «букеты» заболеваний, но мы могли лечиться на курортах, бывать в домах отдыха, проводить отпуска в турпоездках* (Искра. 2003. 2 сент. г. Лысьва. Перм. край).

Во-вторых, в стереотипных представлениях о богатых и бедных наблюдается отсутствие четкой границы между настоящим и советским прошлым: культурные традиции и ценности советского времени сохраняются. Например: *30-летний опыт работы показал, что не хлебом единым жив человек. С самого начала создание женсовета не было для нас формальной нагрузкой. Женщины приходили-уходили-уезжали из Гремячинска. Но оставалось «ядро» женсовета, которое хранило традиции, дружбу, искреннее отношение и неравнодушие ко всему, что происходило в городе и в поселках* (Шахтер. 2007. 14 апр. г. Гремячинск. Перм.

край). «Традиции советского времени продолжают жить и сейчас» — это утверждается как безусловная ценность. Реализуются стереотипные презумпции «бескорыстности труда», «приоритета коллективного благополучия над личным».

Рассмотрим еще один пример: Павел Олегович Плишкин на крановом — больше 30 лет. Токарь-расточник и машинист поселковой котельной в одном лице. Плишкиных **на заводе целая династия**. Сейчас завод увеличил объемы производства, каждый день поступают заказы на продукцию, а рабочих рук не хватает. Вот и **попросили Плишкина помочь** в механическом, так как токарь он первоклассный, работу любой сложности выполнит на отлично. А в Плишкиных это крепко сидит: **раз надо, значит надо**, отдай все силы. Работает в цехе, но **душа болит** за котельную. <...> И пока есть такие Плишкины — живет поселок. Их сыновья ответственно, надежно, **как отцы учили**, выполняют свою работу, их внуки пополняют школьные классы, их жены ведут хозяйство и **кормят выращенным еще и городскую родню**. Павел Олегович **каким-то особенным, отличным от других, себя не считает**. Жизнь заставляет — приспосабливается, **на диване лучших времен не ждет**. За деталь, которую надо выточить на станке, за тепло, которое пойдет в медпункт и благоустроенную квартиру ветерана, за конфетку внуку — только себя в ответе считает. Для всего мира, говорят, загадка, **как люди в России выживают**: и на страну работают, и натуральное хозяйство для прокорма семьи веками не бросают. И при этом считают себя счастливыми... (Егоршинские вести. 2004. 30 июля. Артемовский р-н. Свердлов. обл.). На низкий уровень жизни субъекта имплицитно указывает глагол *выживать*, но в центре описания оказывается не столько бедность, сколько умение стойко ее преодолевать, сохранять традиции, духовные ценности, болеть душой за родной завод, район, страну. Индивид включается в разного рода общности и рассматривается прежде всего как член коллектива, не выделяющийся среди других (*каким-то особенным, отличным от других, себя не считает*). Реализуются презумпции «преемственности традиций», «заботы о коллективном благополучии».

Таковыми каноническими «житийными» историями уже многие годы заполнена районная пресса. Они выполняют своеобразную терапевтическую функцию: убеждают человека в правильности выбранного пути, выделяют параметры, объединяющие людей, утверждают ценность традиционных культурных практик. Единый принцип предпочтения ценностных ориентиров выступает как основа существования «своего круга».

В подобных нарративах-жизнеописаниях разрабатывается образ «человека труда», поддерживается ценность трудового образа жизни. *Посвященный тяжелый труд* и *трудолюбие* в районной прессе тесно связаны с представлениями о бедных. Трудная, бедная, но достойная жизнь героев оказывается в центре нарративов-жизнеописаний. Причем бедность сопровождает героев как в прошлом, так и в настоящем. Например: *Трудную и в то же время интересную жизнь прожил наш отец. Родился он в бедной семье. Закончив несколько классов школы, совсем юным вынужден был идти на работу в колхоз. Он рано потерял отца, мать воспитывала одна большую семью. Жили, можно сказать, в нищете, с малолетства дети познали тяжелый крестьянский труд, в том числе и папа* (Верный путь. 2003. 12 сент. с. Орда. Перм. край). Подчеркивается умение стойко преодолевать трудности, в том числе бедность, и сохранение высоких нравственных ценностей. «Противостояние бедности выступает как моральная ценность, присущая “своим”» [Чепкина 2004: 296].

«Духовное богатство бедных» прежде всего связывается с кропотливым, добросовестным трудом (ср. советские идеологиемы «трудом богат человек» или «труд красит человека»). Соответственно не принимаются, не одобряются такие социальные практики, как праздность и иждивенчество. Разрабатываются стандартные фрагменты «культурных сценариев», репрезентирующих этические предписания и культурные установки [Вепрева, Купина 2007]. Например, реализуются сценарные ходы «пьянство — путь к бедности», «праздность — путь к бедности», сохранившиеся в районной прессе с советского времени: *Кто не работает, тот не ест. В СПК «Спасбардинский» решили искоренить пьянство и прогулы на производстве... голодом. <...> Сторожа-пожарника за нахождение на рабочем месте в пьяном виде утром 19 июня лишили выдачи хлеба до 19 июля* (Сылвенские зори. 2003. 15 авг. с. Усть-Кишерть. Перм. край). В данном случае воспроизводятся прецедентные тексты советского времени. Фиксация подобных стандартных сценарных ходов выполняет функцию предупреждения о потенциальной опасности и назидательную функцию; имплицитно утверждаются групповые культурно-ценностные установки.

В системе ценностей существуют безусловные, как, например, «трудолюбие» и «милосердие». Слово *милосердие* часто включается в тексты; значение «готовый помочь кому-нибудь... из сострадания, человеколюбия» (Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М. : Азбуковник, 2003: 223) сопровождает стереотипные представления о бедных, где *бедный* оказывается как субъектом, проявляющим мило-

сердце, так и субъектом, получающим помощь. Например: *В нашем обществе милосердие чаще свойственно малоимущим, а не живущим в респектабельных коттеджах и просторных квартирах* (Рассвет. 2002. 21 мая. с. Барда. Перм. край); *Спешу сообщить всем милосердным своим землякам: администрация МУ «Осинское городское поселение» объявила акцию по сбору одежды для детей и подростков из малоимущих семей. <...> Сделайте подарок своей душе! Сказано: «Да не оскудеет рука дающего!» Верю, что не оскудели и сердца осинцев, что присущее россиянам милосердие не растеряли мы в погоне за новым образом жизни* (Осинское Прикамье. 2007. 18 янв. г. Оса. Перм. край). Милосердие трактуется как безусловная духовная ценность, «духовное богатство» (*подарок душе, не оскудели сердца*), свойственное «своим». В «свой круг» милосердные люди включаются по географическому основанию (*земляки, осинцы*), по гражданской принадлежности (*россияне*). В подтексте оказывается противопоставление «милосердных своих» «немилосердным чужим» и по признаку материальной обеспеченности, на что указывает сочетание *погони за новым образом жизни*, тяготеющее к формальности и обозначающее современные потребительские практики, приоритет материальных ценностей над духовными.

Воспроизводится оценочная бинарная оппозиция *богатые — бедные*. В стереотипных представлениях фиксируются ментально одобряемые ценностные свойства бедных, материальный недостаток связывается с нравственно отвергаемыми качествами. Например: *Но далеко не бедные материально люди швыряют на улице обертки от шоколада, мороженого, прочих заморских лакомств, пивные банки, бутылки. Это действительно бедные, только умственно или нравственно. Видимо, таких не мучает совесть, что кто-то должен убирать за ними. Прошли, нагадили — и довольны собой? В первую очередь надо вести борьбу с духовной и нравственной бедностью! О какой можно говорить цивилизации, если санитарное состояние села на уровне средневековья?* (Верный путь. 2004. 23 апр. с. Орда. Перм. край). Духовная бедность приписывается именно богатым материально людям.

Представления о богатых и бедных оказываются тесно связанными с идеологемой «справедливости», сохранившейся с советского времени. Власть стереотипно воспринимается как носитель обязанностей, субъект, способный восстановить справедливость. Она должна обеспечивать людей, контролировать распределение средств, следить за порядком. Например: *Просто одни имеют хорошую зарплату, повышенную пенсию, а другие — от этого крохи или ничего. Удел власти — забота о*

*людях* (Вперед. 2007. 11 янв. Октябрьский р-н. Перм. край). Если власть не выполняет своих обязанностей, то она становится виновником бедности. Реализуются стереотипные утверждения «власть должна, может помогать бедным, но не помогает», «представители власти думают только о собственном обогащении» [Майданова 2006: 151–152]. Наблюдаем трансформацию оппозиции *богатые — бедные: богатая власть — бедный народ разграбленной страны*. Например: *Уходят из жизни ветераны, и рушится все то, что они построили... Они верили, что оставят детям и внукам сильное и богатое государство, но история уготовила жестокий удар. <...> Чиновники враспыл пустили промышленность, сельское хозяйство, культуру, все советское отброшено, все доброе поставлено с ног на голову. Власть имущие за последние десять лет занимались только растаскиванием государственного имущества и сколачиванием личных состояний. О ветеранах, которые все это создавали, новые «хозяева» стали забывать* (Новая жизнь. 2003. 24 мая. Суксунский р-н. Перм. край). Деструктивные последствия обогащения представителей власти (*враспыл пустили промышленность, сельское хозяйство, культуру; все советское отброшено, все доброе поставлено с ног на голову; растаскивание государственного имущества*) усиливают негативные характеристики богатых. Оппозиция *бедный народ — богатые чиновники* конкретизируется и обрастает темпоральными признаками: *ветераны советского времени, строители богатой страны — расхищители народных богатств, новые хозяева*.

Однако зарождается тенденция характеристики богатых людей как субъектов-деятелей, приносящих общественную пользу и помогающих бедным. Лексемы *милосердие* и *благотворительность* (и однокоренные с ними), в ряде случаев выступающие как сильные контекстные партнеры обозначений субъекта-носителя признака ‘богатый’, прямо или косвенно устанавливают связь богатства материального и богатства духовного: *Нам [детскому дому] начали дарить подарки — мебель, цветы, посуду ... пусть детям будет хорошо, ведь в городе есть добрые, богатые и милосердные люди* (Егоршинские вести. 2005. 20 мая. Артемовский р-н. Свердлов. обл.).

Точечно в районной прессе появляются рефлексивные суждения об отживших стереотипных представлениях о *богатых* и *бедных* советского времени. Такое мировоззренческое разнообразие — свидетельство расшатывания константных стереотипных представлений. Например: *С поколением этих людей сложно разговаривать. И хотя жили бедно, питались скудно, для них уравниловка социализма по-прежнему сияет*

*путеводной звездой. Павел Андреевич при первом разговоре много горькой правды наговорил мне на диктофон, а когда я принес, по доброму правилу журналистики, готовую рукопись статьи на согласование, с испуга, что ли, все повыверкивал, испестрил **призывными вставками сталинской эпохи**, близкой и понятной им — **вечным труженикам матушки России**. Осуждать их за это? Да нет. За что осуждать...* (Магнитогорский рабочий. 2002. 17 янв. г. Магнитогорск. Челяб. обл.). Использование штампов-советизмов в речи журналиста — это не механическое воспроизведение стереотипов советского времени, а намеренное введение их в собственный текст в форме несобственно-прямой речи. Неприятие стереотипных культурных практик советского времени проявляется в замене слова *равенство* на разговорное *уравниловка*. В целом стереотипные представления и формульные высказывания советского времени подвергаются рефлексии, но пока не отчуждаются.

В районной прессе формируется образ «бедного честного труженика», который, как и все *бедные* люди, входящие в «свой круг», сохраняет оптимизм и нравственные ориентиры вопреки тяжелым условиям жизни. По отношению к *богатым* («другим / чужим») наблюдается размытая оценочность. С одной стороны, *богатые* («чужие») мыслятся как виновники бедности и оцениваются резко отрицательно. С другой, такие качества *богатых*, как активность, трудолюбие, щедрость, фиксируются как положительные, принимаются, анализируются. Это во многом связано со сменой системы ценностей в постсоветском культурном пространстве: на фоне стереотипных социальных оценок советских времен появляются новые, основанные на рыночной системе ценностей. Наличие разных мировоззренческих позиций говорит о динамике социальной оценки *богатых* и *бедных* жителями районов, о сдвигах в общественном сознании.

## Речевой портрет губернатора Э. Росселя: советская составляющая

*Л. В. Енина*

Социолингвистическое понятие «речевой портрет» применимо как для описания индивидуальных особенностей речи, так и для характеристик речи социальной группы. Л. П. Крысин в качестве составляющих речевого портрета рассматривает два класса характеристик: лингвистические и социокультурные [Крысин 2001: 92]. Лингвистические характеристики речи включают главным образом описание особенностей набора фонетических и лексико-семантических единиц. К социокультурным характеристикам речи он относит описание таких особенностей в речевом поведении, как употребление речевых формул, использование типов прецедентных феноменов, внимание к языковой игре. Особенности речевого поведения зависят и от культурно-исторического измерения: человек включен в культурный контекст не только текущего момента, но и прошлого. Речевая практика любого человека — полидискурсивна, т. е. содержит голоса различных и многих дискурсов [Силантьев 2006: 56]. На наш взгляд анализ социокультурных характеристик речи может быть расширен благодаря анализу культурной коннотации, содержащейся в речи. Мы понимаем, что такой подход сдвигает описание речевого портрета с социолингвистических к лингвокультурологическим позициям, но этот сдвиг расширяет, а не подменяет понятийное содержание термина «речевой портрет».

По мнению В. Н. Телия, культурная коннотация существует в языке, речи, но не всегда опознаваема в конкретных языковых знаках [Телия 1996]. «В широком смысле слова культурная коннотация — это языковая функция памяти. Она обуславливает узнавание (общий культурный

код настоящего) и припоминание (общий культурный код прошлого) слов, словосочетаний в их отношении к определенному дискурсу» [Брагина 2005: 20]. Присутствие культурной коннотации не всегда зависит от сознательного, рационального речевого поведения, а порой имеет «поминовольный» (Д. Поливанов) характер.

Рассмотрим публичную речь губернатора Свердловской области Э. Росселя и попытаемся выявить в ней следы советской официальной культуры. В качестве материала использованы тексты двух телеэфиров программы «Час губернатора» — от 3 февраля и от 29 октября 2007 года\* (грамматические и стилистические ошибки в речи не правились и не анализировались). Программа являет собой заданную коммуникативную ситуацию, которую можно отнести и к журналистскому дискурсу, поскольку используются электронные средства передачи информации и один из коммуникантов — журналист, и к политическому дискурсу, поскольку главным героем является политик, занимающий в регионе высокий пост в исполнительной власти. Условиями коммуникативной ситуации и определяется речевое поведение субъекта.

Программа «Час губернатора» обладает жанровой спецификой. Содержательно она напоминает отчет о проделанной работе: губернатор говорит о том, что было сделано в Свердловской области за прошедший год и что планируется сделать в предстоящем году. Композиционно разговор строится в виде диалога: сначала журналист сам задает один-два вопроса губернатору, а затем зачитывает вопросы из писем жителей области, присланных по почте или по интернету. Ответы губернатора перемежаются видеофрагментами, подготовленными пресс-службой губернатора и тематически связанными с вопросами. Выступление в программе «Час губернатора» есть институциональная форма общения с гражданами и представителями СМИ, обусловленная демократическими принципами российской политики.

Программу «Час губернатора» можно рассматривать как одну из демократических процедур: представитель исполнительной власти отчитывается перед гражданами о своей работе, и в случае невыполнения им своих обещаний или неудовлетворительного выполнения своих обязанностей граждане имеют возможность проголосовать на следующих выборах за другого кандидата на этот пост. Однако губернаторские выборы в Российской Федерации отменены с 2004 года, и демократическая процедура общения губернатора с гражданами носит формальный, или

---

\* Видеозапись обеих телепередач была расшифрована магистрантом филологического факультета О. И. Асташовой.



ритуальный, характер. В рамках политдискурса функциональную нагруженность этой программы можно определить и как интегративную — сплочение граждан региона, и как интерпретативную — формирование у граждан картины политико-административной реальности, и как побудительную — стимулирование экономической и политической активности граждан [Шейгал 2000]. Но эти функции в программе «Час губернатора» занимают периферийное положение в сопоставлении с функцией поддержания имиджа. Формирование имиджа губернатора не ограничивается периодом предвыборной борьбы и осуществляется на протяжении всего срока пребывания у власти. Е. В. Фролова говорит о новом телевизионном жанре — имиджевом сюжете, который «подразумевает в качестве объекта отражения значимую для регионального лидера проблему или событие и содержит скрытую оптимизированную оценку» [Фролова 2007: 11]. Анализируемая программа, которую можно считать расширенным вариантом имиджевого сюжета, способствует поддержанию позитивного имиджа губернатора Свердловской области.

Таким образом, коммуникативная ситуация определяется как публицистическая, официальная, публичная, массовая, речевое поведение и журналиста, и политика регулируется политической тематикой и функцией поддержания положительного имиджа губернатора. Повторим, что культурная коннотация в речи не может быть обусловлена только рациональным выбором, продиктованным требованиями имиджмейкеров, поскольку устная речь характеризуется спонтанностью и машинальным воспроизведением, и в данном случае мы снимаем вопрос о сознательном или случайном присутствии советской составляющей в речи губернатора Э. Росселя.

Н. А. Купина в ряде своих исследований показала системность идеологического влияния на язык и речь в советскую эпоху [Купина 1995, 1999, 2004]. Анализируя главный словарь советского времени как сверхтекст идеологом, Н. А. Купина обнаруживает ряд мифов в советском идеологическом пространстве: миф об исключительности, миф об успехах и достижениях советского государства, миф о братстве народов и др. [Купина 1995: 54, 63, 67]. Под мифом понимается «квазиидеологема, которая насаждается в качестве истинной и приобретает в процессе функционирования свою драматургию» [Купина 1999: 7]. В речи носителем мифа является мифологема, отличительным признаком которой выступает фантомный денотат. Драматургическая основа мифа подразумевает интерпретацию событий в их динамике, идеологически заданной последовательности.

В речи губернатора отправной точкой для разворачивания мифа об успехах и достижениях служит позитивная оценка происходящих событий и сопутствующих им фактов. Далее в речи оптимизированное настоящее включается в череду будущих успехов и достижений. Именно заданная перспектива позитивности позволяет нам говорить о воспроизведении советского мифа об успехах и достижениях. Основные мифологемы применительно к этому мифу — успех/достижение; созидатель успеха, враждебная сила. Как правило, событие называется или на него указывается в вопросах журналиста или граждан.

**Ведущий:** *в начале программы Эдуард Эргартович Россель расскажет о том / как развивается наша область //*

**Россель:** *я сейчас назову итоги работы Свердловской области за январь—сентябрь месяц // и сразу хочу сказать / что положительная динамика в развитии экономики Свердловской области сохраняется // и я не хочу сейчас останавливаться детально на отраслях промышленности / хочу только сказать / что этот год / у нас впервые / когда все отрасли промышленности без исключения растут / все отрасли промышленности // и чем ближе к концу года / тем нарастают в положительную сторону итоги работы наших предприятий // если по итогам января—августа месяца / у нас рост был сто девять и шесть десятых процента / то уже за январь—сентябрь / у нас уже сто десять и пять десятых процента // это очень серьезный рост //*

Все показатели обильно иллюстрируются статистическими данными, которые передают смысл достоверности достигнутых результатов. Наряду с фактами, интерпретируемыми как успех (*положительная динамика, итоги нарастают в положительную сторону, серьезный рост*), успехи и достижения проецируются в будущее, внедряется мифологема стабильного, успешного развития Свердловской области:

*мы / начиная внешнеэкономическую деятельность / в тысяча девятьсот девяностом году // мы начинали с нуля / и вот в этом году / мы переходим границу десяти миллиардов долларов / первых десяти / я всегда отмечаю / мы закончим / вероятно год / по итогам одиннадцать с половиной миллиардов долларов / и будем осваивать второй десяток миллиардов // и наступит время / в ближайшие просто годы / когда мы перейдем через двадцать пять миллиардов / внешнеторгового нашего оборота / это очень хороший показатель //*

Точка отсчета для экономических достижений — избрание Э. Росселя на пост губернатора Свердловской области. Как и в советском мифе об успехах и достижениях, в современном мифе отсутствует идея преемственности с достижениями предыдущей эпохи.

Каждое обсуждаемое достижение важно не само по себе, а приобретает дополнительную значимость как очередное, включенное в цепь других достижений. В советской идеологии миф об успехах и достижениях подтверждал последовательное движение к конечной цели — коммунизму. Эта практика говорения воспроизводится, но идеологическую цель замещает другая — прагматическая. Например, в тематическом фрагменте о развитии горнолыжного центра на горе Белой в Свердловской области развернуто перечислены перспективы от строительства гостиницы на 50 мест и вращающегося ресторана на вершине горы Белой до олимпийского городка:

**Россель:** *и дальше мы предполагаем // это будет настоящий такой / со временем / олимпийский городок / где вся молодежь будет работать на обслуживании / на сервисе всей этой Белой горы // и / значит...*

**Ведущий:** *...новая жизнь у поселка начнется*

**Россель:** *...новая жизнь не только поселка // это новый образ жизни уральцев // не надо ездить в Куршавель / мы сделаем свой Куршавель // значит / чтобы ездили сюда все отдыхать / нечего там / в Альпы ездить / здесь значительно дешевле / а природа лучше / чем где-либо // вот цель / какую мы перед собой поставили //*

Цель, к которой приближают успехи и достижения, заполнена новым содержанием, но содержанием идеологически беспомощным: «коммунизм» заменен на «Куршавель» и его обслуживание. Такая цель не является идеологически обусловленной и демонстрирует идеологическую неподкрепленность стратегии экономического развития Свердловской области.

Рассмотрим еще один тематический фрагмент беседы, в котором воспроизводится миф об успехах и достижениях:

**Ведущий:** *вопросы / которые задают телезрители губернатору // Галина Жукова из Качканара спрашивает // правда / что в нашей области открылось профтехучилище для беспризорников? // ну / речь очевидно идет о Высшем техническом училище имени Демидова / которое открылось в Невьянске //*

**Россель:** *...значит / в этом году мы сделали первый набор // кстати говоря Владимир Владимирович сказал / что у нас ничего подобного в России нигде нет // я / в силу того что сам / круглый беспризорник / и очень хорошо понимаю этих детей / душу этих детей я знаю //... и в этом году мы приняли первые тридцать ребятишек // я собираюсь съездить туда / сфотографироваться с ними на память / чтобы в истории это осталось / на следующий год следующий прием будет / и так в этом училище будет тысяча человек //*

Попутно отметим, что миф об успехах и достижениях дополняется мифом об исключительности: *Владимир Владимирович сказал / что у нас ничего подобного в России нигде нет.*

Наличие беспризорников — факт, бесспорно, отрицательный, но о причинах появления беспризорников в городах области никто не говорит. Парадокс включения в миф об успехах и достижениях информации об открытии училища для беспризорных детей состоит в том, что численность его учеников будет зависеть от количества таких детей в Свердловской области, и в будущем видится: *и так в этом училище будет 1 000 человек.*

Образ беспризорника в речи губернатора является отсылкой и к его личному опыту. Для Э. Росселя беспризорное детство — часть его публичной биографии, губернатор неоднократно говорил, что подростком пережил такой опыт: *я сам круглый беспризорник* (трансформация устойчивого выражения *круглый сирота*). Отчасти этим можно объяснить положительную характеристику, данную им этим детям:

*кстати говоря / беспризорники / это очень сильное поколение / на это надо обращать серьезное внимание // это люди / это детишки / у которых нет ни бабушек / ни дедушек / ни пап / ни мам / ни родственников / они бьются в этой жизни в одиночку // и в одиночку / как вот / трава / дичка / очень сильная / она растет / несмотря ни на какую погоду / поднимается / это поколение очень сильное / которое надо встраивать в жизнь России / эти люди сделают очень много для подъема России / для нашей области //*

Слово *беспризорник* имеет устойчивую культурную коннотацию, отсылающую к раннему периоду советского государства. Тогда образ беспризорника был отчасти героизирован произведениями советских писателей А. Макаренко, Л. Пантелеева, В. Катаева. Возможно, отголосок этой литературной традиции и стал причиной использования тропов (*трава-дичка, которая растет несмотря ни на что*) в речевом фрагменте о беспризорниках, хотя такое коммуникативное качество, как выразительность, в речи губернатора проявляется крайне редко. Культурная коннотация советского в этом фрагменте присутствует и в актуализации мифа, и на лексическом уровне (использование слова *беспризорник*).

В советском государстве экономические успехи и достижения являлись следствием «единственно верного учения марксизма-ленинизма», т. е. идеологического и политического выбора. Объяснительная матрица успехов для советской идеологии предполагала двух субъектов действия: с одной стороны, народ как образ коллективного субъекта, которому «приписываются предикаты *гордый, радостный, счастливый, уверен-*

ный, могучий, героический», с другой — партия, которая «стоит над народом и выступает как сила, руководящая массами» [Купина 1995: 67, 75]. Оппозиция субъектов действия смягчалась идеей слияния, спаянности партии и народа [Там же: 75].

В речи губернатора субъект-созидатель успехов имеет разное смысловое наполнение, зависящее от контекста. Во-первых, есть обобщенный субъект-созидатель успехов — все жители области, в том числе представители областной власти и губернатор: *мы внедряемся активно в мировую экономику; мы начинаем разбирать оставшуюся часть аэровокзала; у нас безработицы нет*. Также обобщенный субъект выражается номинацией локальной идентичности уральцы: *каждый раз уральцы поддерживали меня все больше и больше; уральцы поддерживали и будут поддерживать нашего Президента; уральцы должны вопросы свои решать сами*.

Во-вторых, присутствует коллективный субъект-созидатель успехов — представители областной власти, включая губернатора: *мы выделим несколько сот миллионов; мы реализуем этот проект; мы рассмотрели и утвердили план следующего года; мы не разрешили* своим указом. Областная власть как созидатель успехов играет главную роль и не имеет, в отличие от советской традиции, идеи спаянности с народом. Более того, в некоторых случаях областная власть как созидатель успехов дистанцируется от народа:

*мы областным бюджетом стимулируем / мы доплачиваем за молоко / чтобы люди разводили молоко / значит / разводили скот и сдавали нам молоко / мы поддерживаем / дотируем мясо / из областного бюджета / чтоб была экономическая заинтересованность / значит / производить / выращивать мясо // ну все сделали как органы государственной власти // нужна только теперь активность людей / и она есть // я просто еще раз уделяю внимание / этому вопросу / что сегодня в любой деревне можно заниматься / не ленись / заниматься / и очень прилично жить //*

В-третьих, созидателем успехов является сам губернатор, на это «просчитанное последствие» (Г. Г. Почепцов) нацелена вся программа «Час губернатора». Можно говорить о том, что губернатор как созидатель успехов есть сквозной идеологический смысл в этой программе. В образе субъекта речи как созидателя успехов отчетливо проступает советская составляющая, проявляющаяся в накоплении смыслов ‘непререкаемый авторитет’. По мысли историка М. Геллера, авторитет — один из столпов советской идеологии: «На базе “ленинского авторитета” была создана совершенная система тоталитарной власти. Особенность сталинской

модели состояла не столько в существовании вождя, обладающего неограниченной властью, сколько в репродуцировании схемы: абсолютная власть — абсолютное подчинение на всех ступенях аппарата. Каждый из партийных секретарей (в республике — области — районе) был мини-Сталиным в подчиненной ему зоне» [Геллер 1994: 79]. Смыслы безусловного исполнения требований губернатора несколько раз повторяются в его речи. Показательным примером является следующий фрагмент:

**Ведущий:** *кстати / вот по поводу перспектив Екатеринбурга / спрашивает Олег Власенко // ...знаю / что губернатор Россель лично курирует многие стройки // хотелось бы узнать их судьбу //*

**Россель:** *ну / судьба какая? // если губернатор занимается / это должно быть все сделано // значит / кто не исполняет / тот не присутствует уже / у губернатора //*

Требования губернатора распространяются не только на правительство Свердловской области, но и на представителей крупного бизнеса — собственников предприятий:

*вот сегодня / скажем / первый завод мы заложили в Сухом Логу // мощност его / два миллиона шестьсот тысяч тонн // пуск в две тысячи девятом году / но / я говорил с собственниками / давайте пересмотрим это дело и пустим в две тысячи восьмом году / они рассматривают / я думаю / что так оно и будет //*

Законодательное собрание Свердловской области — сфера, неподконтрольная губернатору, однако принятие бюджета будущего года раньше обычного подается журналистом как успех губернаторской деятельности (*целая группа телезрителей просит поздравить вас с очередным успехом этого года / с принятием бюджета на 2008 год*). В ответе губернатор причиной успеха называет партию «Единая Россия», и в таком случае соиздателем успеха выступает коллективный субъект действия — партия. Этикетный жанр благодарности по отношению к партии «Единая Россия» выполняет в речи идеологическую функцию политической поддержки:

*это говорит о том / что приход партии «Единая Россия» в Законодательное собрание Свердловской области привело к стабилизации работы законодательного органа //* ... *Законодательное собрание активно работает / и мы благодарны партии «Единая Россия» за то / что она вот такую линию ведет //*

Появление партии как коллективного субъекта действия влечет за собой привычное с советских времен речевое оформление — десеманти-

зированный речевой оборот, раскрывающий причину благодарности: *за то, что она вот такую линию ведет*. Можно сказать, что при воспроизведении советских идеологом просыпается языковая память советского тоталитарного языка.

Характерно, что все упоминаемые в диалоге политики, как правило, стоят выше губернатора в политической иерархии: президент В. Путин, затем президент Д. Медведев, министр иностранных дел С. Лавров, уполномоченный представитель президента в УрФО П. Латышев. В речи имена этих политиков выполняют функцию признания заслуг губернатора. В соответствии с советской моделью власти, о которой писал М. Геллер, исключительное положение среди называемых политиков занимает президент В. Путин. Его работу губернатор оценивает гиперболически: *я могу сказать / что оценка Владимиру Владимировичу / пятерка / плюс бесконечное количество плюсов*. Исключительность создается за счет контраста между началом и завершением деятельности президента. Отправной точкой служит 1999 год, в характеристике которого семь раз повторен смысл 'плохое состояние государства' и четырежды повторяется слово *разрушено*. Современная ситуация имеет одну общую характеристику: *Владимир Владимирович сохранил Российское государство*. Ему присваивается роль спасителя Российского государства, и происходит смещение из актуального политического контекста во вневременной — вечность:

**Ведущий:** *вопрос задает Валентина Сергиевских из Нижнего Тагила // Владимир Путин возглавил список кандидатов партии «Единая Россия» // означает ли это / что мы в декабре будем выставять ему оценку за проделанную работу?*

**Россель:** *ну / естественно / каждый политик / когда работает / ему народ дает оценку // ... Владимир Владимирович восемь лет вот отработал // я что могу сказать / что / ну / оценка деятельности нашего президента // давайте вернемся в тысяча девятьсот девяносто девятый год // какую Россию принял Владимир Владимирович? // разрушенное государство / разрушенная экономика / разрушена социальная отрасль жизни наших людей / разрушена армия / военно-промышленный комплекс / фундаментальная наука не финансируется / значит / колоссальные долги Российского государства перед иностранными государствами // что мы имеем сегодня? // мы имеем Российское государство / Владимир Владимирович сделал главное / он сохранил Российское государство / и за это ему будет вечный памятник в истории //*

Для советской идеологии образ «врага» был важной структурной частью и обладал большой мобилизующей силой. Содержательное наполнение образа «врага» менялось в зависимости от насущных идеоло-

гических и экономических задач. В современном региональном воплощении мифа об успехах и достижениях образ «врага», или «враждебной силы», занимает скромное место. Речевое поведение губернатора не маркировано агрессией, и «враг» представлен только группой «внутренних врагов», точнее, ее разновидностью — «невьясненные», которая выделяется по двум семантическим признакам: (1) плохое отношение к работе и (2) непонимание, ошибочность взглядов [Романенко, Санджи-Гаряева 2000: 127, 130].

«Враждебная» группа с семантическим признаком ‘плохое отношение к работе’ выделяется среди «своих» прямых подчиненных, и в следующем фрагменте мы находим отголоски жанра проработки [Данилов 2001], направленной на министра сельского хозяйства и продовольствия Свердловской области С. Чемезова:

*я вот буквально два дня тому назад // значит / ездил в Тюмень / ... // и начиная от Екатеринбурга до границы с Тюменью / я увидел только один трактор / пропашной / значит / при том / что Бог нам подарил октябрь месяц // я Чемезову / министру / сказал / че же это такое делается?*

«Враждебная» группа с семантическим признаком ‘непонимание, ошибочность взглядов’ относится к неопределенному кругу лиц, как, например, в следующем фрагменте:

*и вот в свое время / когда мне очень много пришлось ездить по государствам / экономически развитым / я имел всякие нарекания в свой адрес / о том / что я там / часто езжу и так далее / но люди / которые вот это говорили / они просто не понимали ситуации нашей области // наша область настолько мощная / что объем продукции / которую мы производим / к сожалению / внутри России не востребован /*

Добавим также, что в речи губернатора обе «враждебные» группы не имеют отношения к настоящему, принадлежат только к прошлому, что тоже вписывается в общий миф успехов и достижений.

Таким образом, культурный компонент ‘советское’ проявляется в новом или трансформированном содержательном наполнении структурных элементов советского мифа об успехах и достижениях.

В современной культурно-речевой ситуации активно используются прецедентные тексты советской эпохи, но в речи губернатора намеренное обращение к советским прецедентным текстам отсутствует. На наш взгляд, только в речевом фрагменте о создании военной выставки в Нижнем Тагиле: *Владимир Владимирович когда здесь был / посмотрел / ... / рубанул здесь / и сказал / этой выставке быть* — присутствует аллюзия



на стихотворение В. Маяковского «Я знаю — город будет, я знаю — саду цвести!». Но скорее всего это помимовольная трансформация прецедентного текста, вероятно, включилась память слова, выражения [Брагина 2005].

Советская составляющая обнаруживается и в лингвистических характеристиках речевого портрета губернатора. Маркером советской культуры являются слова-советизмы, употребленные в нейтральном контексте и напрямую отсылающие к советской действительности: *соцкультбыт* [Мокиенко, Никитина 1998: 572].

Культурная коннотация присутствует и на уровне отдельных слов и словосочетаний, обеспечивающих отчетливое узнавание советского дискурса: *беспризорники, выполняем задание президента, перевыполняем намеченные показатели, линия партии*.

Советская культурная коннотация прослеживается и в лексико-стилистических особенностях речи губернатора. А. П. Чудинов, резюмируя лексико-стилистические свойства политических текстов, говорит, что «наиболее важной особенностью постсоветской политической коммуникации стало ослабление стилистических норм и усиление воздействия некодифицированных сфер национального языка на политический дискурс» [Чудинов 2006: 103]. В речи Э. Росселя значимо отсутствие жаргонной и просторечной лексики. Это указывает на следование коммуникативным нормам советского официального дискурса. Например, в следующем фрагменте рефлексив указывает на стилистический фактор речевого напряжения [Вепрева 2002: 106]: *вы помните / извините за такое слово / бардак / который был у нас в законодательном органе*. Отрицательная оценка выражена просторечным словом *бардак* (Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М. : Азбуковник, 2003). Рефлексив фиксирует «иносистемное» выразительное средство для речевой манеры Э. Росселя, придерживающегося здесь более строгих норм политической речи.

Есть и типичные недостатки советской публичной речи — канцелярские выражения, как, например, фраза *кресельный подъемник производительною тысяча шестьсот спортсменов в час*. По всей видимости, лексические и лексико-стилистические особенности речи Э. Росселя, имеющие советскую культурную коннотацию, пересекаются с особенностями словесного выражения, присущего типу советского оратора культуры-2 [Романенко 2000].

Э. Россель — губернатор Свердловской области более 13 лет, и он не принадлежит к поколению советских политиков, так как его активная по-

литическая деятельность началась на рубеже 80—90-х годов. Но пришел он в политику уже в зрелом возрасте, имея опыт крупного руководителя. Следовательно, его речевые навыки публичной речи сформировались под влиянием идеологических и коммуникативных норм советского времени. В постсоветский период его речевая манера публичных выступлений, разумеется, изменилась, в то же время сохранив в большей или меньшей степени советскую составляющую.

Советский «след» в речевом портрете губернатора Э. Росселя обнаруживается (1) в актуализации советского мифа об успехах и достижениях и его мифологемах создателя успеха и «враждебной силы»; (2) в лексических маркерах советской эпохи; (3) лексико-стилистических предпочтениях. Социокультурные характеристики речевого портрета могут быть дополнены анализом культурных коннотаций, актуализированных на содержательном и формально-речевом уровне.

## Строитель всегда строитель: культурные стереотипы советской эпохи и обыденные обстоятельства современности

*Е. Ю. Протасова*

Свидетели советской эпохи еще достаточно долго будут играть существенную роль в жизни российского общества. Тем не менее пафос радости и новизны как примета советского строя встречается все реже, обычно он осуждается как ложный, надуманный, вынужденный, фальшивый. И все же есть люди, которые смогли в круговороте смены политических формаций остаться верными определенной идее, на самом деле в гораздо большей степени общемировой, чем специфически советской.

Наша цель — показать, как быстро исчезают из обихода стереотипы, которые кажутся всеобщими, но становятся для многих недоступными через два-три десятка лет. Внимание к жанру интервью в границах телевизионного ток-шоу проявлялось в рамках медиаштудий [Петров 1999; Бриггз, Кобли 2005; Лукина 2005; Язык средств массовой информации 2008]. Материалом исследования стал теледискурс, лингвистическое изучение которого в России проводилось рядом ученых [Павлова 1999; Попова 2002; Лаптева 2003; Поберезникова 2004]. Важными были также исследования по построению общения в современных условиях [Купина 2000; Иссерс 2006] и анализ ситуации телевидения в 1990-х годах [Егоров 1999; Засурский 2001].

Под анализом дискурса понимается исследование механизма согласования отрезков коммуникации по смыслу, намерению и единству, т. е. их когерентность, которая зависит не только от таких факторов, как лингвистические формы и пропозициональное содержание текста, но и от таких, как взаимодействие текста с участниками коммуникации, его связь с контекстом. Под контекстом понимаются фоновые знания ком-

муникантов, специфика восприятия ими параязыка, текстов культуры, мира вообще, конкретной ситуации, а также намерений, ролевых характеристик участников общения. Первоначально исследователи пытались выявить текстовые правила, закономерности, способствующие порождению последовательностей пропозиций; впоследствии особое внимание уделялось теориям и техникам, позволяющим исследовать текст в контексте культуры. Наиболее известны в этой области функциональный анализ, прагматические теории речевых актов, конверсационный анализ, теория схемы, теория жанра, критический анализ дискурса. Конверсационный анализ — это подход к дискурсу, предполагающий лингвистический анализ конверсации (состоявшегося диалога, факта общения), строго связанный с этнометодологией. В границах конверсационного анализа рассматривается структура общения, включающая обмен репликами (turn-taking), соседствование реплик (adjacency pairs concept); учитывается мена темы (topic change), правила начала и конца конверсации (см., например: [Cutting 2002; Jaworski, Coupland 1999; Schiffrin et al. 2001]).

Для анализа взят завершённый в смысловом отношении фрагмент передачи «Я сама» (ведущая Юлия Меньшова, далее — ЮМ), записанный 12 августа 1999 года и впоследствии транслитерируемый и многократно обсуждаемый с примерно 200 молодыми людьми. Тема передачи — «Старость — в радость?», или «Возможно ли жить насыщенной жизнью на пенсии?». Ток-шоу в настоящее время не существует.

Анализ проводится по темам, затронутым в ходе обсуждения. ЮМ ведет разговор в соответствии со стратегией программы; пенсионеры отвечают на вопросы иногда импровизационно, иногда клишированными репликами.

Начинается фрагмент с индивидуального выступления ЮМ, обращаемой на «вы» к потенциальной аудитории — людям пожилого возраста:

*Вот уже много лет, как вы находитесь на заслуженном отдыхе. И хотя всем известно, что нашим пенсионерам сегодня живется несладко, вы, слава богу, ни в чем особенно не нуждаетесь. Дети не оставляют вас своим вниманием. И хотя жизнь стала более размеренной, хлопот по-прежнему много, поскольку вы, как и положено, живете интересами детей и внуков. И, сталкиваясь иногда со своими сверстниками, которые, принарядившись, еженедельно спешат в театр или в музей, а чуть позволяет погода, спешат на улицу с лыжами наперевес, вы только удивляетесь: ну что им дома-то не сидится? Делать, что ли, больше нечего?*

В этом монологе, произнесенном с доверительной интонацией, ведущая использует стандартный для языка советской эпохи эвфемизм *заслуженный отдых*; противопоставляет «всем известное» (это непрровергаемое утверждение, постоянно в той или иной форме звучащее в СМИ, *пенсионеры живут бедно*, которое заменяется смягчающим *живется несладко*) утверждению *вы, слава богу, ни в чем особенно не нуждаетесь*, отмечая, что люди, которые смотрят данную передачу, живут не так плохо, как большинство. Противопоставление выделяет ту семью, с которой говорит ведущая, из массы слушателей и помещает ее как бы в более выгодное положение. Тем, кто с этим не соглашается, адресуется уточнение: *если престарелым родителям помогают дети*. Далее следует ряд общих сентенций: *темп жизни снизился, время заполнено разными заботами* (поскольку старики должны жить интересами детей и внуков). Сохраняя близкую к стереотипу позицию, ЮМ противопоставляет среднестатистическим пенсионерам людей, которые в старости следят за собой, интересуются искусством, занимаются спортом. Ведущая, таким образом, подготавливает почву для того, чтобы представить семейную пару, отличающуюся от большинства образом жизни и поведением. Заканчивается вступление двумя риторическими вопросами, являющимися перефразировками аксиом: *старики должны сидеть дома; у них есть более серьезные дела*. И эти вопросы произносятся с имитацией эмоции недоумения, интонацией разговорности, т. е. журналистка берет на себя роль пенсионера, включаясь в общую ролевую игру.

В другом эмоциональном ключе начинается представление участников ток-шоу: ЮМ бодро здоровается, входит в зал, где записывается передача, под аплодисменты называет экспертов, а затем представляет героев программы (далее ТВ и БА):

*Таисия Васильевна и Боли, Борис Александрович, Климентьевы, встречайте! Как это ни парадоксально, но ТВ и БА убеждены, что старость — это время исполнения желаний. Вы всегда считали и уверены были в том, что ммм... вот пожилой возраст — это время исполнения желаний? Или это прозрение пришло к вам только тогда, когда вы вышли на пенсию?*

Ведущая подчеркивает необычность позиции интервьюируемых, предвосхищая ответы мнением о парадоксальности их убеждений. Чтобы пришедшие на передачу лучше поняли, что она имеет в виду, ведущая использует эвфемистический синоним (ср.: *старость — пожилой возраст*). То, что она избегает прямой номинации и подыскивает синоним, видно по заполнительно паузы *mmm* и использованию указательного местоимения *вот*, нарушающего первоначальный синтаксис речи. Сущест-

вительное прозрение, обобщающее то, что было названо раньше как «положительное внезапное освобождение от темноты / незнания / слепоты», может быть воспринято адекватно подготовленным слушателем.

Первая же ответная реплика ТВ обнаруживает носителя просторечия. Сначала на это указывает тембр голоса, сильная редукция первого предупредного гласного, а затем отсутствие логики в высказывании, неумение выстроить свою мысль последовательно, а также стремление «выдать» основную информацию о себе в первой же фразе: *Да я только и ждала, когда выйду на пенсию. Ну я на пе... я пошла на пенсию — не отдыхала, я работала до 70 лет. Нам сейчас с мужем давно по восьмому десятку, и уже вот весной будет 45 лет нашей совместной жизни, и у меня трое детей и шесть внуков.* На аналогичный вопрос БА отвечает сходно: *Ждал пенсию, но все равно работал до 70. Хотя работал с семи до семи и в начальниках, бывает, ходил, потому что я строитель ...эээ.*

Эта часть беседы позволяет установить, в какое время проходила молодость интервьюируемых. Она пришлась, по-видимому, на 40-е годы, а детство — на 20-е. Послевоенное время характеризовалось в Европе, постепенно освобождавшейся от последствий Второй мировой войны, общим подъемом, стремлением усвоить уроки прошлого и устремиться в более справедливое и счастливое будущее. СССР не был исключением: страну охватила идея созидательности. Роль «строителей» в советское время многогранна. Это и мифометафорические *строители коммунизма, строители светлого будущего* (их честные и простые лица изображались на плакатах); это и *строители* в буквальном смысле, возводившие новые города и кварталы городов, новые заводы и школы (к этой теме герои передачи будут не раз возвращаться).

В следующем фрагменте обсуждается возраст выхода на пенсию.

ЮМ: *Ну сейчас-то вам уже за 70?*

БА: *А?*

ЮМ: *Сейчас за 70 уже?*

БА: *Да, да, конечно.*

ЮМ: *То есть после 70 не работаете? Ждали этого момента, чтобы совсем отдыхать?*

БА: *Нет, то есть до 70 работал и ушел, вышел на пенсию.*

ТВ: *У нас такой был план, до 70.*

БА: *Дорабатываем и уходим.*

ЮМ: *И начинаем отдыхать.*

ТВ: *Да.*

ЮМ: *Отработаем и уходим.*

ТВ: *Чтобы не спрашивать с государства больше, мы сами должны.*

Давно нет Советского государства, но представление о том, что работать нужно как можно дольше, все еще определяет мировоззрение его воспитанников. При обычном выходе на пенсию в 55 лет для женщин и 60 для мужчин возраст 70 лет — большая переработка, возможно связанная с желанием накопить побольше денег; об этом косвенно свидетельствует последняя реплика ТВ, являющаяся перифразом советского лозунга о том, что нужно не спрашивать с государства, а давать ему. Тема материального положения пенсионеров пересекается с темой внутрисемейных отношений:

ЮМ: *Понятно. Скажите, пожалуйста, вот сейчас известно, в общем, что пенсионерам живется не очень хорошо, я так понимаю, что у вас особых материальных проблем нет. Вам дети помогают?*

БА: *Да, ста / средняя дочь помогает. Она живет за границей и приезжает каждый год, и мы ездим к ней, вот, ну, помогает, да.*

ТВ: *Она наши все размеры знает, обуви, одежды, все знает размеры. Младшему 38 лет, он еще сосунок, он нас сосет. Помогаем ему, да... и морально, и материально.*

ЮМ: *Раз вам вот средняя дочь помогает, и вообще, как я понимаю, дети помогают, аа, казалось бы, куда же там вот строить какие-то планы на свою жизнь, как-то так отдыхать, надо вот все время посвящать теперь внукам, в благодарность детям. Вы так поступаете или нет, или вы не особенно много...*

БА: *Внуки большие уже. Когда были маленькие, мы помогли. Теперь самой младшей 13, а самой старшей 27. Так что помогать уже не к чему.*

ЮМ: *Так что просто, ну, полное право заниматься собой и отдыхать.*

БА: *Да, мы сами. Ну, вот нам и не нужно, в общем, больше ничего.*

Искренние высказывания ТВ импонируют аудитории, сопровождающей ее реплики доброжелательным смехом, отчего та становится еще откровенней. Слушатели охотно одобряют, что из-за границы дочь посылает одежду и обувь. БА подчеркивает свою самостоятельность и независимость от детей. ТВ берет инициативу в свои руки и показывает, что она знает современную экономическую терминологию, а также идиому *укреплять позиции*, типичную для обозначения борьбы. Здесь государство мыслится как институт, не влияющий на течение жизни этой семьи, которая сама заботится об улучшении своего материального положения. Оптимизм, свойственный пожилой паре, сквозит в ответах.

ЮМ: *Скажите, пожалуйста, ну и... как вы пришли к выводу, что все-таки старость — это время исполнения желаний? Какие желания у вас исполняются?*

ТВ: *Вот / я сейчас дома живу, как в отдельном государстве. У меня муж — президент.*

ЮМ: *А вы кто?*

ТВ: *Я хороший финансист, очень хороший.*

ЮМ: *Да, у вас / у вас тогда государство крепкое, я думаю, у вас самые главные принципы соблюдены.*

ТВ: *Пока меняется власть, пока меняется правительство, в это время мы укрепляем с мужем позиции. Мы ук / укрепляем.*

В следующем отрывке видно, что ТВ знает, что воспитанный человек не должен размахивать руками, однако, сохраняя советскую манеру общения, она делает мужу замечание перед многомиллионной аудиторией.

ЮМ: *Ну и тогда, рас... просветите нас немножко, какие же вот президент принимает решения, а финансист их финансово поддерживает по поводу развлечений и отдыха и посвящения времени самому себе? Что вы делаете?*

ТВ: *Вы знаете, Юлия...*

БА: *До трех часов нас не бывает дома, если хорошая погода.*

ТВ: *Сейчас, папуля, я скажу. Сейчас я скажу.*

БА: *Мы уходим ээ... или в музей, или в театр, или на Поклонную гору, или куда-то обязательно, на Манеж. Где-то что-то новая выставка, обязательно идем на выставку, вот, на художественную выставку куда-то идем. До трех часов мы сматываемся.*

ЮМ: *Угу. А после трех у вас что?*

БА: *Ну там пообедали, туда-сюда, ну выйдем вечерком на часок, мы живем всегда вот.*

ТВ: *Руками не маши.*

ЮМ: *Пусть машет, ТВ, прекрасно.*

БА: *Ха-ха. Сколько...*

ЮМ: *То есть?*

БА: *Не ездим.*

ЮМ: *Ага.*

БА: *Мы всегда вот, мы вот сколько я переезжал, везде попадают лес и речка рядом. Так что мы все время находимся в природе.*

ЮМ: *Так что у вас не только прогулки, как я понимаю, но и достаточно насыщенная культурная жизнь.*

БА: *Да, да.*

ТВ: *А я, например, я не люблю однообразия. Хоть мне и много лет, я не люблю сидеть дома. Если два дня посижу дома, то я заболēju. Мне нужно уйти или в художественную галерею Шилова, или на Поклонную гору, сегодня на Поклонную, через неделю идем на Манежную площадь, открывают «850 лет Москвы» — мы здесь. Берем видеокамеру, сын, сноха...*

ЮМ: *О, вы с видеокамерой даже ходите.*



ТВ: *У нас видеокамера.*

ЮМ: *Прекрасно.*

ТВ: *Раньше была кинокамера.*

Перечисляемые интервьюируемыми конкретные места — любимые культурные объекты лиц пожилого возраста, ценящих искусство социалистического реализма, относящихся к памятникам Великой Отечественной войны как к святыням. Театры, музеи, художественные выставки, природа — это то, что они считают естественной средой обитания. ТВ называет мужа *папулей*, но пытается перехватить у него коммуникативную инициативу. Здесь проявляются те же гендерные особенности, которые отмечают М. В. Китайгородская и Н. Н. Розанова в речи москвичей [Китайгородская, Розанова 2004: 101–106]. Вначале жена дает мужу высказаться, а потом забирает у него право отвечать на вопросы, предоставляя возможность сказать что-то только тогда, когда речь идет о политике, социальных проблемах и т. п. Типичное для советской разговорной речи словечко *смаываться* точно подчеркивает мироощущение героев: они легки на подъем, подвижны, устремлены к новому, не любят однообразия. Важна деталь: раньше у них была кинокамера, а теперь видеокамера, т. е. они всегда стремились пользоваться техническими новинками, а такой интерес к техническим достижениям воспитывался в СССР. Он соединялся с противопоставлением производственного и непроизводственного труда, что явствует и из следующего отрывка:

ЮМ: *Прекрасно. Скажите, пожалуйста, а, э, вот что касается лета, например, вот такое ээ... такая каторга, под названием садовый участок, у вас имеется?*

ТВ, БА: *Есть, есть садовый участок.*

ЮМ: *И что ж, вы там, наверно, начиная...*

БА: *Ничего.*

ТВ: *Чего ты, не надо, не надо.*

ЮМ: *Не надо было признаваться, что у вас есть садовый.*

ТВ: *Тише, не надо, я скажу.*

ЮМ: *С апреля месяца все, у кого есть садовые участки, в вашем возрасте уезжают туда грядки копать, поливать, детЯм картошку и т.д. Работаете ли вы на / на своем садовом участке?*

БА: *Нет, нет.*

ТВ: *Нет, на садовом участке мы не имеем права работать. У меня снохи работают.*

ЮМ: *А что вы там делаете, отдыхаете, что ли?*

ТВ: *Что они посадили — мне не важно. Они посадят, снимут, пожалуйста, я могу помочь, но копать я землю не буду. Не буду. Я очень жалею, очень уважаю тех людей, когда иду мимо, на садовом участке, очень ува-*

*жсаю, кто копается на садовом участке, копаются, сажают, мне это очень нравится, но я сажать не буду, не буду, не буду.*

*БА: Она ж тоже строитель, нам некогда было заниматься этими делами.*

*ТВ: Нам некогда было заниматься этим. Мы строители, мы в Москве выстроили Но / Новые Черемушки, Новые Нов / Новую Песчаную.*

*БА: Новопесчаную.*

*ТВ: Октябрьское поле, я строитель. Мы строители.*

*ЮМ: Угу, ну то есть наработались за всю свою жизнь.*

*ТВ: Наработались, да.*

*ЮМ: Теперь отдыхаете.*

*ТВ: Да, да.*

*ЮМ: Правильно понимаю вас?*

*БА: Точно так.*

В данном фрагменте снова звучат лейтмотивы строительства, новизны, трудовых достижений. Труд на земле воспринимается ТВ и БА отстраненно. Это труд «других», а они строили, вели страну вперед и поэтому всегда устремлены вверх, а не вниз, к земле. Это позволяет им чувствовать себя легко, свободно, не стесняясь возраста, отдыхать на равных со всеми за границей.

*ЮМ: Вы все лето на садовом участке проводите или какие-то у вас еще авантюры бывают?*

*ТВ: Ну нет, летом мы просто в месяц раза два сходим на садовый участок, ну три. Не ходим. Мы ездим отдыхать.*

*ЮМ: Куда же?*

*ТВ: За границу. За границу.*

*ЮМ: И куда же вы уже съездили?*

*ТВ: Мы с 85-го года не бросаем за границу, ездим.*

*ЮМ: Не бросаете ее все-таки, ха-ха, в одиночестве не бросаете. Расскажите, где были? В последние годы где были?*

*ТВ: В последние годы? В 95-м году были на Мальорке, в 96-м были на Кипре, в 97-м были в Испании, в 98-м были на острове Крит. Солнце, воздух и вода — это такая прелесть, за руку ходим в шортах, вы понимаете? За руку, да, да, да, да, да.*

*ЮМ: А вам это не казалось криминалом — шорты-то надеть?*

*ТВ: Что?*

*БА: Нет.*

*ЮМ: Криминалом не казалось — шорты надеть?*

*БА: Нет, отлично.*

*ЮМ: Или прекрасно, наоборот?*

*ТВ: А я не знаю, что это — «криминал».*

БА: Нет, нет, отлично.

ЮМ: Как бы это сказать. Ну, не казалось вам, что это как-то не очень прилично — шорты надеть?

БА: Это здесь, у нас.

ТВ: Здесь я не пойду никогда в шортах, никогда.

БА: А там — там все ходят.

ТВ: Все ходят в шортах и за ручку. Мне нравится за границей то, что молодые и так красивые, хорошие, а пожилые люди — он старенький, с палочкой, а идет за ручку, садится в кафе на улице, и он вино вкусное пьет.

ЮМ: Ага, и вы вот так же, да?

ТВ: Да, да, да, да.

ЮМ: В шортах, за ручку, с видеокамерой наперевес, да?

БА: Да, да.

ТВ: Видеокамера, а у меня фотоаппарат.

ЮМ: Так вы садитесь, вино закажете.

ТВ: Все, мороженое вот / вот такое с перьями...

ЮМ: Ой!

ТВ: ...вс / всякими.

ЮМ: Скажите, пожалуйста, а здесь бы, конечно, вы так не рискнули, да? За ручку и в шортах.

ТВ: Нет. Мы здесь ходим просто культурно, аккуратно, как нас учили.

БА: У нас не пойдешь, у нас засмеют.

ЮМ: Засмеют, да?

ТВ: Нет, не то, что засмеют.

БА: Не доросли мы еще.

Эмоциональная реакция ЮМ выделяет мороженое как значимый объект русской картины мира [Протасова 2008]. В последней реплике БА определяет отношение россиян к пожилым людям в шортах при помощи глагола *дорастить*, характеризующего определенную динамику российской обыденной культуры. В то же время традиционная манера одеваться оценивается одобрительно: *Мы здесь ходим просто культурно, аккуратно, как нас учили*. Эти слова отражают стандарты советского воспитания, в соответствии с которыми признаками культуры считались скромное поведение, чистая выглаженная одежда, аккуратно причесанные волосы. Не случайно советские фильмы учили смеяться над стилистами и вообще над теми, кто перенимает западную моду. Снисходительное, шутовское отношение ТВ к заграничке (*мы не бросаем за границу*) подчеркивается советским лозунгом *солнце, воздух и вода* (продолжение — *наши лучшие друзья*). Оказываясь в другом пространстве, ТВ оперирует советскими прецедентными императивами.

ТВ: Ну, там совсем другая жизнь, за границей, мне там нравится, что я там таблетки не пью. Таблеток брала гору с собой, я там таблетки не пью, мне не верят.

ЮМ: Скажите, пожалуйста, ТВ, а вас ведь, наверно, врачи должны были отговаривать, вы ходили к врачам? Перед отъездом?

ТВ: Да, конечно, врачи говорили: ну что вы, вы гипертоник, да там жара, 32 градуса, да вы не сможете. Здесь я не смогу, здесь 25, и уже фу-уф, такой сырой, а там, идешь по морю гулять на берегу, красота-то какая! Мы говорим: Боже мой, там просто солнце, воздух и вода, отдых там, а потом шведский стол, я первый раз видела шведский стол, бери что хочешь и ешь сколько хочешь.

ЮМ: Как я поняла, врачи не советовали вам ехать, да?

ТВ: Нет, и даже /

ЮМ: Говорили: не выдержите вы, да?

ТВ: Нет, и соседи, и родные даже не советовали, а я подумала так, Юля: в таком моем возрасте я ничего не теряю. Кто не рискует, тот не пьет шампанское. Боюсь самолетов — села, боюсь жары — мы когда поехали с Крита, последний день было 45, ну и что? В последний день было 45, а мы /

ЮМ: И ничего не случилось.

ТВ: А мы в этот день собирались в поход, в Россию. Там себя приводили в порядок, чемоданы, и мы не знали, что 45, а вчера было 34, а сегодня 45.

ЮМ: То есть даже и не заметили?

ТВ: Нет, не заметили.

ЮМ: Вот когда не придаешь значения вот такому, да, здоровью, то вроде как и все в порядке.

ТВ: Ну хорошие условия, апартаменты хорошие. Там все есть, нам все нравилось.

Общность с опытом аудитории подтверждается смехом узнавания при упоминании шведского стола, всегда производящего большое впечатление на российских туристов. Строитель не пасует перед трудностями, смело идет вперед, он относится к поездке за границу как к опасному походу — эта мысль проскальзывает в одной из реплик ТВ. Образ путешествия как похода, безусловно, связан с военизированным представлением о мире, полном препятствий и опасностей, где расстояния преодолеваются только при помощи максимального напряжения сил. Насаждавшийся советскими СМИ образ внешнего врага подчеркивает смелость ТВ в ее собственных глазах: она не боится лететь к иностранцам, ТВ мотивирует риск пословицей *Кто не рискует, тот не пьет шампанское*. Она чувствует себя героиней, так как сравнительно легко преодолевает расстояния.

ЮМ: Скажите, но ведь вам, наверно, приходится откладывать какие-то деньги на эту поездку, или эт / эту поездку вам оплачивает полностью дочь?

БА: Нет.

ТВ: Нет, сейчас я скажу. Одну поездочку нам с работы помогли, ему за хорошую работу, помогли нам с работы, значит. А те остальные поездки — я немножечко откладываю. Он у меня получал прилично, мне не надо много денег, много денег тоже плохо, он у меня получал прилично, и пенсию получал, я на две работы работала и пенсию получала, я немножечко откладывала. Можно, конечно, было отдать детям, но я посчитала так: детям мы много отдали, и очень много, я посчитала так: я лучше сберегу за год деньги, и я лучше съезжу на две недели куда-нибудь, когда две недели поеду за границу, я на целый год себя чувствую как 50-летней.

ЮМ: А дети, кстати, не обижаются, что вот вы как-то чего-то откладываете?

ТВ: Нет, нет.

ЮМ: Им не отдаете ничего?

ТВ: Дети у меня так говорят: и правильно, мамуля, правильно. Нас всех вырастили, честное слово.

Не давая слова мужу, ТВ снова отвечает на вопросы ЮМ, касающиеся финансового положения своей семьи. В ее репликах встречаются просторечные и разговорные элементы, убеждающие аудиторию в подлинности содержания рассказа: *он у меня* (о муже), уменьшительные суффиксы, грамматические неправильности и др. В следующем фрагменте речь идет об изучении иностранных языков.

ЮМ: Скажите, пожалуйста, а вот вы когда за границу-то приезжали, вы хоть какой-нибудь язык знаете или?

ТВ: Нет.

ЮМ: Нет.

ТВ: Ничего, вот это самая беда.

ЮМ: Да.

ТВ: Как, как все равно чучмеки. Ничего мы не знали.

ЮМ: И как же вы справлялись?

ТВ: А я там хороводы водила. Смотрю — я не знаю, какая нация, я знаю, что о'кей. Я знаю о'кей и зер гут знаю там, или что-нибудь такое, я не знаю.

ЮМ: Ну, в общем, отсутствие языка не мешало вам налаживать отношения с людьми?

ТВ: Там вечерами всегда делают вечер отдыха, и так интересно. А кто знает, я русская или не русская? Я цыганочку с выходом сделаю. Там наша музыка есть там, есть там в Испании наши музыки, вот. Ну я так говорила, кто-то — ведь знакомимся — иностранцы. К / куда идешь? Спать.

*А куда идешь? — Нет, купаться, купаться. Не-а. Ну так вот, просто, жестами. Ну и все равно я все понимала.*

*ЮМ: А не подумывали о том, что надо поучить, может, язык?*

*ТВ: А мы купили эээ как?*

*БА: Илоны Давыдовой.*

*ТВ: Илону Давыдову. Учили. Очень, очень трудно.*

*ЮМ: Ой, и чего вы учите-то, какой язык, французский, английский?*

*ТВ, БА: Английский. Английский, английский.*

*БА: Немецкий, конечно, английский.*

*ЮМ: Английский.*

*ТВ: Английский, конечно, да. Конечно, английский*

*ЮМ: Тот, который о'кей?*

*ТВ: О'кей.*

Для советского человека знать иностранные языки хорошо было необязательно, а иногда и опасно. Сравнение себя с «чучмеками», т. е. с людьми, не говорящими по-русски, выглядит трогательным, но показывает суть проблемы: действительно, ТВ и БА знают о таком недостатке и даже, несмотря на свой возраст, пытаются его преодолеть путем изучения иностранного языка (оговариваясь, называют сначала немецкий, изучавшийся во времена их детства и молодости как основной иностранный, а потом и английский). Снова ТВ и БА среди тех, кто знаком с новинками: они пытаются опереться на методику изучения иностранных языков Илоны Давыдовой, активно рекламировавшуюся по телевизору. Для ТВ возможность взаимопонимания, успешной коммуникации с иностранцами — это, во-первых, коллективное веселье (*хороводы, цыганочка с выходом под «наши музыки»*), а во-вторых, общение при помощи жестов («купаться» и «спать» изображаются). Вопрос *А кто знает, я русская или не русская?* наверняка вызвал бы у публики однозначный ответ, но для ТВ между ней и иностранцами, даже когда она танцует русские танцы, нет различия: свобода, которую она чувствует в себе, ограничена только теми границами, которые она ставит себе сама, и эти границы не что иное, как стереотипы. Уверенность в себе пожилой женщины достойна восхищения. Такая активность встречается у россиян достаточно редко. Смелость ТВ подчеркивается и в следующем отрывке:

*ЮМ: Да, понятно. А вот когда вы за границей, в Испании были, вы вот позволяете себе еще какие-то там авантюры, вот помимо самой этой поездки, вот, например, я знаю, что ээ... в такие туристические поездки двухнедельные входит, например, посещение аквапарка. Вы были в аквапарке?*

*ТВ: Да, конечно, мы бы...*

ЮМ: Ну что, вы со стороны смотрели как-то?

ТВ: Не-ет, в аквапарке и акварион мы были в парках, там водные процедуры.

ЮМ: Так.

ТВ: Я с визгом, с криком, все равно, ну погибну, значит, погибну, значит, я сверху,

ЮМ: С горы вот с этой вот?

ТВ: Да, с горы, сверху, зигзагом, зигзагом, я садилась, меня там ловили, ловили, и там такой бассейн такой, и ммм... надо... не утонешь, но надо лететь с визгом.

ЮМ: БА, а вы наблюдали за своей женой, вы ее ловили или вы тоже принимали участие?

ТВ: Снимал.

БА: Я тоже принимал участие.

ТВ: Тоже участие принимал.

ЮМ: И с камерой принимали участие?

БА: Я снимал, снимал, конечно.

ТВ: Я его камерой, он меня камерой.

БА: По очереди.

ТВ: Очень интересно.

ЮМ: А потом садитесь, небось, здесь, в Москве, зимними вечерами и смотрите, как вы отдыхали.

БА: Да, это так.

ТВ не хватает современных слов, чтобы описать аттракционы в аквапарках. Она по советской привычке использует словосочетание *водные процедуры*, тем самым переводит развлечения в ранг полезного закаливания. В скатывании с горки принимают участие муж и жена; они по очереди запечатлевают это событие для остальных членов семьи на видеокамеру. Противопоставление пожилых и молодых ощущается, когда ТВ вторично высказывает мысль о том, что молодые все хороши и так, а пожилым нужно стараться, чтобы хорошо выглядеть. ЮМ, очевидно, подстраивает свою речь под просторечный вариант (*денежку, на пенсии-то, короткие фразы и повторы*).

ЮМ: Теперь у меня вот какой вопрос. Вот когда вы здесь, вроде в Москве, никуда не ездите, вроде вот у вас обычная жизнь, и т.д. Денежку, я поняла, вы откладываете на ммм... поездку.

ТВ: На поездку.

ЮМ: Откладываете. А можете ли вы потратить деньги на приобретение хорошей какой-нибудь новой вещи для себя?

ТВ: Конечно. Если женщина одета, муж доволен, как жених. Я могу купить все, что...

ЮМ: *Вы не думаете о том, что, ну, чего уж там новое покупать, вроде вот есть у меня гардероб, зачем его обновлять? Так многие люди думают, уже на пенсии-то.*

ТВ: *Нет, думать так... вот, может, у меня свекровь умерла в 93 года, вот недавно, и она и то еще была культурненькая, чистенькая, аккуратненькая бабушка. А и мне в... в ...в 75, почему мне опускаться? Я еще хочу одеться. Я нет, зачем мне. Я платочки — не знаю, как платок одевать на голову, нет, зачем, я хочу жить ммм вот все будете пожилые, все будете та / такие, и вспомните меня: чем человек старше, мне хочется самой последние годы отдохнуть и от детей, и от внучат, пожить для них, мы сейчас для них живем, чтобы / есть у меня зять, сказал так: счастье человека — когда живы родители. Это великое счастье, когда живы родители. И мы сейчас с ним стараемся жить для детей, вот. Ну, сами отдыхаем. Я живу полной жизнью, как надо, как все.*

Афоризм *Если женщина одета, муж доволен*, как жених вызывает взрыв восторга у слушателей. ТВ задает вторую границу пожилого возраста: по сравнению со своей свекровью, которая в 93 года была культурненькая, чистенькая, аккуратненькая бабушка, она еще молодая. Глагол *опускаться* в значении «неряшливо одеваться, не следить за собой» был распространен в речи того поколения, к которому принадлежит ТВ. Высказывание *Я еще хочу одеться*, вероятно, говорит не только о том, что ТВ живет полной жизнью, но и о том, что раньше, в условиях дефицита, у нее такой возможности просто не было. После этого ТВ говорит о платочках — тема, которая вряд ли понятна современной молодежи. Платок на голове женщины был скорее символом деревенского происхождения. То, что ТВ не знает, как надевать платок на голову, должно показать присутствующим, что она выросла в передовой городской среде.

В сознании ТВ сталкивается несколько противоречивых идей: жить для детей — значит жить для себя и отдыхать (мысль, понятная западному пенсионеру): *Я живу полной жизнью, как надо, как все*. Пенсионерка подчеркивает свое равенство с остальными членами общества. Она выполняет предписания: ее учили, что нужно быть самостоятельной и радоваться жизни. Она не хочет выделяться из массы, хотя в ее речи есть множество свидетельств того, что ТВ выделяется из ряда пожилых женщин. Она считает, однако, что это другие ведут себя не по правилам, не так, как их учили. В следующем отрывке эта мысль становится еще более ясной: *Ну я вот не знаю, я так не обожаю таких людей, которые-то живут не ради себя, надо же тоже жить ради себя когда-то.*



ЮМ: Эээ... многие эээ... люди пожилые, скажем, вот не смотрят на жизнь так, как вы, оттого что им средства не позволяют или в принципе потому, что они скованы и считают, что ну что ж, вот это возраст, чтобы заниматься только внуками, детьми, себе ничего не надо, подарков никаких мне не надо, в смысле сам себе подарок я сделать не могу. Или это проблема в том, что денег нет?

ТВ: У нас есть такие друзья, с которыми можно было бы ездить и на юг, и отдыхать куда-то, но я не осуждаю их, нет, потому что они все заняты с детьми, с внуками, и они уже только дети-внуки, дети-внуки, или у них какой-то дача у них, они дачу не могут бросить, а я дачу могу оставить, у меня дети будут работать на даче, вот, э / э. Ну, я вот не знаю, я так не обожаю таких людей, которые го / живут не... не ради себя, надо же тоже жить ради себя когда-то.

ЮМ: А многие люди вашего возраста ходят в театры вот так же, как вы, в музеи?

ТВ: Нет, нет.

ЮМ: Так же часто?

ТВ: Нет, нет.

ЮМ: Почему?

ТВ: Да я сколько раз предлагала своим по / подругам, ну, куда там идти, там, на Поклонную гору, там, или, там, в театр, там, или куда-то идти, нет, зачем это, нет, нет. Не знаю. А мне это как хлеб.

ЮМ: А ммм... то есть вот можете ли вы сказать, что большинство ваших сверстников предпочитают ууу... в пожилом возрасте основное время свое посвящать не себе, а детям, внукам и каким-то хозяйственным заботам?

ТВ: Да, у нас таких друзей, в основном, много у нас таких друзей, много, и, в основном, больше, которые посвящают, но мы их не обижаем, мы им это... об этом не говорим, не трогаем. Ну, а может, так ей нравится, нянчить эээ... всю жизнь внучат, от / от года и до 27 лет, ради бога, пускай она нянчит так, нет, мы хотим пока пожить для себя.

ТВ подстраивает свой ответ под вопросы ЮМ и отчасти повторяет то, что уже говорилось, задавая ракурс: мы не обижаем тех, кто ведет себя неправильно, хотя их большинство. Употребляемое ЮМ выражение *посвящать свое время кому-то* не из лексикона ТВ (вспомним, как она споткнулась на слове *криминал* и БА бросился ее спасать). Здесь поездки за границу называются более привычными советскими терминами: *ездить и на юг, и отдыхать куда-то*.

ЮМ: У меня к вам почти последний вопрос. Вот что вы можете посоветовать своим сверстникам, которые эээ... не видят никаких преимуществ вот в этом возрасте пожилым и владат такое достаточно безрадостное существование, ну, по собственной воле, занимаясь...

ТВ: *Ну, просто сочувствовать, конечно. Жалко.*

ЮМ: *Что можете посоветовать им?*

ТВ: *Посоветовать... я не знаю, как...*

БА: *Не сидеть на лавочке и не ходить с плакатами.*

ТВ: *Мы с плакатами не ходим.*

ТВ выражает свое отношение по-женски эмоционально, но ей кажется, что этого недостаточно, совет сформулировать она не может и обращается за помощью к БА, который дает двойную характеристику тем, кто ведет себя не так, как они: нельзя *сидеть на лавочке* (т. е. сплетничать, проводить время в праздных разговорах, сплетничать — привычка деревенская и мещанская, осужденная советской властью); не надо *ходить с плакатами* (т. е. протестовать и агитировать за возвращение СССР). Удивительный момент: люди, которые впитали привитые советской властью идеи, оказались в оппозиции к культуре прошлого.

ЮМ: *А вы определились, вы уже определились, куда вы поедете этим летом?*

ТВ: *Да.*

ЮМ: *Куда?*

БА, ТВ: *Во Францию.*

ЮМ: *Ах, да.*

БА: *Лазурный берег.*

ТВ: *На Лазурный берег, к родственникам моей дочки, к зятю.*

ЮМ: *Угу, угу. Ну что же, желаем вам от всей души счастливого путешествия.*

ТВ: *Спасибо, спасибо.*

«Чужое» пространство становится близким. *Родственники дочки*, пока еще не ставшие «своими», не воспринимаются враждебно. Пожилая пара собирается приехать *к ним, к зятю*, значит, человеческое сближение воспринимается как реальное в скором будущем.

Мы столкнулись с выражением мыслей и чувств «типичных представителей» советской эпохи, можно было бы сказать, ярчайших, символических, потому что ими восприняты идеи строительства и новизны, необходимости быть смелым, сильным, независимым, культурным, воспитанным, идти вперед, много работать, вести здоровый образ жизни, заслуженно отдыхать, следить за целостностью своей личности. Как писал П. Бурдье, «журналистов интересует нечто исключительное, исключительное для них. То, что другим может показаться банальным, им представляется как нечто экстраординарное, и наоборот» [Бурдье 2002: 33]. Типичные «строители нового общества», супруги Климентьевы, вер-

ные идеалам своего времени, находящиеся в плену советских культурных стереотипов, проявили способность к толерантному преодолению оппозиции «свои — чужие», сумели не только приспособиться к новым жизненным обстоятельствам, но и построить мост, соединивший их с «другими берегами». Страница биографии простых людей, по нашему мнению, отражает удивительный парадокс советской эпохи: чувствуя время и формируя человека нового типа, она отказалась от своих завоеваний или не сумела их отстоять.

## О степени прецедентности советских культурных знаков в современной рекламе

*Ю. Б. Пикулева*

Конец XX — начало XXI века характеризуется ускоренным темпом освоения российскими СМИ достижений мировой рекламной практики. Приемы привлечения внимания потенциальных потребителей и избирателей, которые за рубежом выкристаллизовывались десятилетиями, в России, как представляется, теряют свою актуальность через несколько лет. Сегодня достаточно трудно изобрести какой-то новый ход, чтобы привлечь внимание целевого адресата рекламного сообщения, тем более что рекламная вседозволенность 90-х сменилась в начале 2000-х достаточно жестким государственным контролем над текстами маркетинговых коммуникаций. Однако, несмотря на всю изменчивость рекламных стратегий и методов их законодательного регулирования, выделяются конструктивные приемы, которые с достаточной регулярностью эксплуатируются копирайтерами — создателями рекламных текстов. Один из подобных приемов — введение в рекламный текст прецедентных культурных знаков, прямо отсылающих к советскому времени. Мониторинг российского рекламного дискурса, проводимый нами в течение 15 лет, позволяет говорить об устойчивой тенденции к использованию прецедентных культурных знаков-советизмов в коммерческой и политической рекламе в манипулятивных целях. Казалось бы, подобные знаки должны были войти в динамичную периферию культурного фонда и «умереть» вскоре после смены политического строя в стране, однако степень их прецедентности в современной маркетинговой коммуникации оказывается достаточно высокой.

Прокомментируем ключевое понятие исследования. Под прецедентными культурными знаками (далее ПКЗ) мы понима-

ем ценностные в интеллектуальном и эмоциональном отношении знаки различной природы (вербальной и невербальной), неоднократно употребляемые в разнообразных актах коммуникации, имеющие сверхличностный характер, ассоциируемые с фактами культуры данного социума, сохранившие «культурную память» (Ю. М. Лотман) об источнике, авторстве и/или предыдущих контекстах употребления. Прецедентный культурный знак хранится в когнитивной базе носителя массового сознания. Он хрестоматиен для всего социума или его значительной группы, находится в активном культурном обороте, а потому востребован в массовой коммуникации. Он хранит фоновые знания, связанные с прошлым культурным опытом языковой личности и языкового коллектива, в частности — с опытом жизни в советском обществе, и используется в массовой коммуникации для усиления воздействия на адресата сообщения.

В сознании современного россиянина складывается культурное когнитивное пространство — картина мира, которая может быть описана как феномен обыденного сознания, соединяющий коллективные представления и индивидуальные смыслы. В картине мира на основе мифологического переосмысления закрепляются культурные ценности-знаки и социальные нормы, задающие систему ориентации в мире, опирающуюся на культурно-исторический опыт жизни в советской и постсоветской действительности. Подчеркнем: культурное наследование происходит, очевидно, через упрощенную, символическую, мифологизированную передачу информации, значимой для определенной культуры. «В картину мира входят мифологизированные наука, искусство, религия и философия, именно миф наделяет их содержание статусом самоочевидной реальности, соединяет их с повседневностью и поведенческими установками» [Журавлева 1999: 7]. «Источником мифологизации картины мира признается некомпетентный пересказ ... расхожие мнения, полуобразованность» [Дышлевский, Яценко 1984: 22], все то, что часто сопровождает получение знаний носителем массового сознания. Мифологизируясь, советские культурные феномены приобретают для членов современного российского социума свойства универсальных символов. Эти символы «впитываются» обществом и представляют собой «ценности и нормы культуры», которые «формируют мировоззрение, видение себя и мира, реакции, чувства и поведение, оценки прошлого и предвидение будущего, формы творчества и их использование» [Сараджева 2001: 115].

Советские культурные феномены (идеологического или неидеологического характера) можно смело отнести к разряду прецедентных знаков, поскольку они активно участвуют в современной коммуникации, имеют

высокий индекс цитируемости, а потому входят в актуальную культуру [Коган 1993], состоящую из ценностей, эмоционально притягательных для широких масс, востребованных в настоящее время, влияющих на развитие личности сегодня, передающих современникам социальный опыт прошлого. Описание культурного знака показывает, что степень его прецедентности определяется двумя взаимозависимыми субъектами коммуникации: адресантом и адресатом сообщения. Создатели рекламы прагматично отбирают для своих текстов то, что будет узнано целевым адресатом, но в то же время многократно повторяемая реклама может «реанимировать» в сознании аудитории культурные образцы прошлого. Культурный знак, ставший прецедентным, легко опознается адресатом в «чужом» контексте, а потому позволяет адресанту, играющему с формой и значением символа, передавать новые, оригинальные смыслы.

Прецедентный культурный знак хранится в когнитивной базе носителя массового сознания в форме структуры, имеющей индивидуально наполненное дальнейшее значение (компонент узкоспециальной картины мира, которым оперирует, например, политическое сознание) и коллективно выработанное ближайшее значение (компонент общей картины мира, которым оперирует обыденное сознание). Каждый носитель культуры в той или иной мере знаком с разными сферами культуры, однако в процессе присвоения материальных и духовных ценностей человек переносит из частной картины мира в общую мифологизированное представление об объекте, которое, по терминологии А. А. Потебни, «народно» [Потебня 1958: 19]. Значением культурного знака становится результат «свертки» в массовом обыденном сознании представления об определенном культурном феномене. Семантический компонент ‘советское’ в денотативной или коннотативной части значения прецедентного культурного знака, используемого в актах массовой коммуникации, осознается широкой аудиторией. Так, к примеру, звучащая в 2008 году в предвыборном ролике В. В. Жириновского, кандидата на пост президента России, фраза *Я тоже простой человек, меня тоже много обманывали. Все — от Сталина до Ельцина*, содержит ПКЗ — имена собственные бывших руководителей нашего государства *Сталин* и *Ельцин*. В качестве ПКЗ-советизма, в денотативной части значения которого представлен осознаваемый всеми компонент ‘советский’, аудиторией осознается только имя *Сталин*, несмотря на то что Борис Ельцин был видным уральским и московским чиновником и в советские времена. Наведенная контекстом общая коннотативная сема в значении обоих ПКЗ — ‘обманщик’ позволяет сформулировать манипулятивный смысл высказывания — ‘я жертва российской

политической системы, которая с советских времен не изменилась' — и построить аргументацию эмоционального типа.

Степень прецедентности ПКЗ-советизмов, используемых в рекламном дискурсе, определяется во многом сферами культурного знания, которые формируют представление о советском времени у современного человека. Наибольший индекс цитируемости имеют несколько значимых сфер: 1) советское искусство во многих его значимых проявлениях (литература, музыка, кинематограф и др.); 2) советская история; 3) тексты идеологического советского дискурса. Причем отметим, что 'советское' в семантике этих единиц вовсе не означает 'идеологически маркированное', 'негативно оцениваемое', 'вредное'. Коннотативные смыслы ПКЗ наводятся контекстом, и оценочный знак прецедента оказывается плавающим, непостоянным.

Рассмотрим эксплуатируемые в рекламном дискурсе ПКЗ, отсылающие к названным сферам культурного знания.

### Сфера советского искусства

**Советская литература** представлена в рекламных роликах в основном текстами писателей и поэтов, живших в первой половине XX века. Связано это, по нашему мнению, с вопросами авторского права, а также со статусом «классики», который уже приобрели эти произведения. В коммерческой рекламе чаще других используются произведения В. Маяковского и И. Ильфа и Е. Петрова, причем обычно наблюдается трансформация оригинала. Например, в рекламе моторного масла «Кастрол» и шин «Мишлен» фирмы «Юмакс» (региональный 10 канал, 1999) строки из поэмы В. Маяковского «Владимир Ильич Ленин» использованы в качестве формулы с несколькими переменными:

*Мы говорим «Кастрол»,  
подразумеваем —  
«Юмакс».*  
*Мы говорим «Мишлен»,  
подразумеваем —  
«Юмакс».*

Ср. у Маяковского:

*Мы говорим Ленин,  
подразумеваем —  
партия,  
мы говорим партия,  
подразумеваем —  
Ленин.*

Рекламный текст воспроизводит узнаваемые структуру стиха, размер, стиливую манеру В. Маяковского.

В рекламном ролике акционерного общества «Вертекс траст» (федеральные каналы, 1994) инсценируется эпизод из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев». Надо отметить, что образ Остапа Бендера часто используется в отечественной рекламе, причина чего, вероятно, в чрезвычайной популярности этого литературного персонажа, обладающего теми качествами, которые помогают выжить в современной экономической ситуации и не потерять присутствия духа: активностью, деловитостью, находчивостью и остроумием.

Остап Бендер и Киса Воробьянинов разрезают стул. Достают коробку, отрываюут ее. Воробьянинов кричит.

Остап Бендер: *Спокойно, Киса, спокойно. Ваша теща была мудрой женщиной. Все свои деньги она вложила в облигации.*

Декодирование данного рекламного текста требует знания завязки романа Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев», но подчеркивает предпочтения современного человека: деловые бумаги надежнее драгоценностей.

Трансформация классической советской литературной цитаты может быть совершенно неожиданной, заставляющей сомневаться в том, что автор рекламы знаком с культурным контекстом, из которого извлекается прецедентная фраза. Например, в рекламе препарата «Гепатрин» (Теле-семь. 2008) слоган звучит так: **Чтобы не было мучительно больно... печени.** Обращение к роману «Как закалялась сталь» Н. А. Островского (М. : Просвещение, 1982) дает нам представление о высокой стилистике прецедентного текста: *Самое дорогое у человека — это жизнь. Она дается ему один раз, и прожить ее надо так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы, чтобы не жег позор за подленькое и мелочное прошлое и чтобы, умирая, мог сказать: вся жизнь и все силы отданы самому главному в мире: борьбе за освобождение человечества* (с. 178). Эта прецедентная фраза обычно используется как призыв к деятельной жизни, но в рекламе идеологически заряженный ПКЗ, отражающий жизненную позицию достойного члена советского общества, неожиданно буквализируется и сопрягается со сферой телесного, физиологического. Безусловно, для современной молодежи эта фраза не обладает высокой степенью прецедентности (в лучшем случае выпускники средней школы смогут назвать автора и книгу, откуда извлечена цитата, но воспроизвести ее точно, как любой представитель старшего поколе-



ния, они не смогут). Очевидно, что рекламодаделец ориентируется именно на взрослую целевую аудиторию, но он явно не учитывает возможность отторжения рекламного сообщения из-за вульгарной реинтерпретации классического текста.

В политическом рекламном дискурсе все чаще оказываются востребованы произведения авторов, не поддерживающих советскую идеологию. Так, в ходе президентской предвыборной кампании 2008 года кандидаты часто ссылались на произведения М. А. Булгакова. Причем к ним обращались как сторонники советского образа жизни (кандидат от КПРФ Г. А. Зюганов в рекламных роликах представлял Андрей Бортко, режиссер экранизаций «Собачье сердце» и «Мастер и Маргарита», о чем напоминала надпись внизу экрана), так и его ярые противники (кандидат от ЛДПР В. В. Жириновский в дебатах с коммунистом убежденно отрицал сходство между ними: *Вы за красных, я за белых. Вы за Шарикова, а я за профессора Преображенского*). Идеологический потенциал использования подобных прецедентных культурных знаков высок, поскольку в современной школьной программе произведения М. А. Булгакова занимают достойное место, они не раз экранизировались, а значит, знакомы как молодому, так и возрастному электорату.

**Советский кинематограф** также становится источником вербальных и невербальных цитат, пародий, стилизаций, которые можно часто встретить в современной рекламе. Как правило, используются отсылки к так называемым «культовым» фильмам. «Их главной особенностью является то, что они настолько глубоко проникают в массовое сознание, что продуцируют интертексты» [Руднев 1999: 158]. Обычно это советские комедии, каждую из которых рядовой носитель языка видел не один раз.

К примеру, в рекламе торгового центра «Тешинка» (федеральные каналы, 1997) использован фрагмент из художественного фильма Григория Александрова «Весна»:

Домработница Маргарита Львовна (актриса Ф. Раневская): *Верочка, мне нужно на Тешинский рынок и в кооператив. (Глядит на себя в зеркало.) Красота — это страшная сила.*

**Тешинка. Времена уходят. Имена остаются.**

Название рекламируемого объекта уже представлено в выбранном фрагменте кинофильма, и авторам не пришлось деформировать прецедентный текст, чтобы создать рекламное сообщение. Нужно было только прокомментировать его с позиции идеи преемственности поколений, сформировать смыслы: «объекты советской действительности востребованы и сегодня», «ценность советского бренда со временем не уменьшается».

В рекламе СКБ-банка (Деловой квартал. 2007) слоган представляет собой трансформированную цитату из кинокомедии Леонида Гайдая «Бриллиантовая рука»: **Кто возьмет кредитов пачку — тот получит в банке тачку**. Ироническая тональность исходной фразы *Кто возьмет билетов пачку, тот получит водокачку* поддерживается и в измененном рекламном варианте за счет использования жаргонной лексики. Однако новый вариант рекламного слогана показывает смену объекта в культурной парадигме: лотерейные билеты пользуются все меньшим спросом, актуальнее в современном мире получение кредитов.

Политический дискурс начала XXI века ориентирован на использование образов персонажей киногероев 70–80-х годов. Так, предвыборная кампания партии «Справедливая Россия» (2007) запомнилась серией рекламных роликов и публикаций с актерами, прославившимися в советское время: Игорем Старыгиным (*Арамис жил ради справедливости*), Еленой Драпеко (*Я верю в справедливость*), Александром Михайловым (*Давайте жить по справедливости*) и др.

**Советские песни**, многие из которых исполнялись в известных кинофильмах, становятся источниками прецедентных высказываний, используемых в рекламном дискурсе. Песни, звучащие с экрана, привлекают внимание своей синтетичностью [Дашхуугийн 2005: 83], наглядной представленностью знаковых явлений советской действительности. Советская песня становится своеобразной летописью времени, воплощенной в музыкальных и поэтических образах. В каждой из них отражение каких-то событий, связанных со страной, народом [Косулин 1996: 4]. Песня в советском тоталитарном обществе «стала явлением массовой культуры, орудием, с помощью которого в сознание людей внедрялись идеологические догмы, источником идеологически выверенных прецедентных текстов» [Купина 1999: 88]. Советские идеологемы, скрытые в этих цитатах, вдохновляют сегодняшних копирайтеров.

Слоганом рекламы агентства «Аврора», занимающегося изготовлением рекламной продукции (федеральные каналы, 1995), стала начальная строка из песни, прозвучавшей в кинофильме А. Александрова «Цирк», — **Широка страна моя родная**. Идеологически выдержанный текст песни о Родине технологически элементарен [Купина 1999: 90] и растиражирован.

В рекламе лекарственного препарата для сосудов «Лизивит С» (федеральные каналы, 2000) используется трансформированная строка из «Марша веселых ребят» — **Легко на сердце от чистых сосудов** (Ср.: *Легко на сердце от песни веселой*). Это музыкальное произведение впер-

вые было использовано в фильме А. Александрова «Веселые ребята». Музыкальные комедии этого режиссера, несомненно, оказали большое влияние на формирование нескольких поколений советских людей, и тексты, написанные В. И. Лебедевым-Кумачом, за почти семьдесят лет, прошедших со времени выхода на экраны этих фильмов, стали хрестоматийными. Настолько хрестоматийными, что создаваемые на их основе рекламные слоганы иногда не выдерживают редакторской критики: ***Нам печень строить и жить помогает*** — реклама препарата «Лив.52» (Телесемь. 2007).

В рекламных роликах цитируются также песни, составляющие традиционный репертуар детских хоров, что свидетельствует о выборе действительно хрестоматийных прецедентных текстов. Так, реклама страхового общества «Росно» (федеральные каналы, 1999) отсылает к припеву известной песни, авторы которой А. Островский и Л. Ошанин, — ***Пусть всегда будет солнце!***

Музыкальные советские ПКЗ, используемые в политической рекламе, те же, что и в коммерческой. Также востребованы маршевые формы, которые, кажется, долгие годы будут сохранять ассоциативную связь с советским временем. Правда, здесь чаще всего звучит только мелодия песни, слова редуцируются, поскольку известны всем, а языковая игра, трансформация прецедента в данном случае не нужна. Нужно лишь придать необходимую тональность агитационному тексту, и торжественная советская музыка с легкостью реализует эту задачу.

Востребованы в рекламном дискурсе и некоторые ПКЗ из **сферы советской архитектуры, скульптуры и живописи**. И если появление Кремля практически в каждом политическом рекламном ролике уже не воспринимается как знак советской культуры (скорее сейчас это символ государственности), то появление в одной из первых имиджевых реклам водки «Smirnoff» на постсоветском телевидении (федеральные каналы, 1995) *скульптур девушки с веслом и физкультурника* могло быть воспринято исключительно как отсылка к советскому прошлому. Интересно, что по сюжету рекламы эти очень распространенные в СССР скульптуры, когда на них смотрели через бутылку рекламируемой водки, оживали и представляли отдыхающей парой. Как известно, в советские времена особым интересом живописцев и скульпторов пользовались спортсмены. С легкой руки художников образы молодых спортсменов воспринимались (и продолжают восприниматься) как символ здоровья, молодости, радости [Дашкова 1999: 139]. Однако «оживление» в рекламе застывших фигур наводит другие смыслы: ‘рекламируемый продукт

(водка) снимает все идеологические шоры и помогает людям стать самими собой’.

Проведение параллелей между советской и постсоветской эпохой можно видеть и в рекламе компании «СКБ Контур» (Тихий час. 2000), где рядом с классической *скульптурой Д. И. Шадра «Бульжник — оружие пролетариата»* изображен офисный работник, склонившийся к компьютеру в той же позе. Слоган *Компьютер — оружие профессионала* вербально фиксирует обобщенный образ современного героя, которому свойственна та же волевая целеустремленность, что и герою советского времени.

На пике моды в рекламе находится **советская плакатная живопись**. Безусловно, в этой сфере есть плакаты, имеющие высокую степень прецедентности. К таковым можно отнести работу Д. С. Моора «А ты записался добровольцем?», трансформации которой в коммерческой рекламе бесконечны: *А ты посетил «Мегapolis»?; А ты сдал старые картриджи?; А ты купил подарки?; А вы разместили рекламу в германской прессе?; Вы посетили единый семинар?; Уралец, а ты купил уральское окно?; и др.* Весьма популярны рекламы, созданные в стилистике «Окон РОСТА»: *Эй! Гражданин! В очередь стройся! Компьютеров много. Всем хватит. Не бойся!* (реклама компании «Старттехно+»). Классические образцы советской плакатной живописи, созданные в эпоху становления советского государства, обладают акцентированной простотой и лаконизмом, что позволяет им и сегодня быть базой для коммерческой агитации.

Однако в последнее время на примере рекламной кампании СКБ-банка (Екатеринбург) можно наблюдать, как реинтерпретируются в маркетинговой коммуникации плакаты, не столь известные широкой аудитории. Изображение обычных, рядовых советских людей в них соседствует с фразами, содержащими ключевые идеологемы тоталитарного общества: *Голосуйте за дальнейший расцвет наших городов и сел!; С каждым днем все радостнее жить!; Будь зорким на посту!; Хлеб — Родине!; Человек человеку — друг, товарищ и брат!; и др.* Авторство плакатов широкой аудитории неизвестно, но их советская стилистика узнаваема. Пытаясь создать «народную рекламу», копирайтеры соединили визуальную сторону советских плакатов с новыми банковскими слоганами: *Всем колхозом очень рады, плюс один к любому вкладу; Хлеб — Родине, детям — мороженое, остальное — во вклад, под процент вложено; Может, не вышел из мужа пилот, зато он кредит возьмет без забот; Теще на кухне спать не гоже, купи квартиру — ипотека поможет; и др.* К выполнению этого маркетингового проекта банк подошел серьезно: были выкуплены

авторские права на плакаты, проведены опросы общественного мнения, которые показали, что у потенциальных клиентов банка есть определенная ностальгия по советскому, прежде всего по характерному для того времени позитивному взгляду на жизнь. Нововведения банка были положительно восприняты клиентами, финансовые эксперты отмечают стабильный рост доверия к этому региональному банку.

### Советская история

Семиотически эта сфера представлена в коммерческой и политической рекламе изображением или номинацией ключевых политических фигур — вождей, генеральных секретарей, президентов. Они оказываются вписанными в нарративы, содержащие упоминание о рекламируемом объекте. Например, реклама крема «Софья» с экстрактом пиявки (АиФ. 2007. 29 марта): *Известно, что у **Сталина** были серьезные проблемы с сосудами: он страдал повышенным давлением и варикозной болезнью ног. Застолья не лучшим образом отражались на его здоровье — и вождь, мало доверявший врачам, на десятилетия ввел в кремлевскую моду сеансы очищения крови с помощью давно известного, проверенного средства — медицинской пиявки. Гипертония и мигрень отступали, узлы на ногах становились меньше, уходила боль. Об этом свидетельствуют воспоминания его дочери **Светланы Аллилуевой**. Или рекламное обращение В. В. Жириновского к избирателям (федеральные каналы, 2008): *Большевики создали страшное основание для государства — национальное устройство для государства. Они создали союз национальных республик. Это причина гибели СССР. Я долго жил в национальных регионах. И покинул их еще до **Горбачева**. Это были еще **Хрущев** и **Брежнев**.* Автор рекламного текста создает с помощью повествования субъективный образ объективной реальности, где исторически значимые советские персоны мифологизированы, представлены с точки зрения наивного сознания.*

### Тексты идеологического советского дискурса

Как источники прецедентных высказываний такие тексты реализуют себя в отечественной рекламе значительно реже. Вместе с тем советское образование, обязательным условием которого являлось знакомство с работами классиков марксизма-ленинизма, традиционно высокий уровень интереса к политике в нашей стране определяют потенциальную возможность апелляции к прецедентам, источником которых являются политические тексты, отражающие постулаты советской идеологии.

В рекламе напитка «Bravo» (федеральный канал РТР, 1997) использована трансформированная фраза из основного документа государства — Конституции: *Граждане Российской Федерации имеют «Bravo» на отдых и «Bravo» на труд*. Источником данного прецедентного текста является не Конституция Российской Федерации, принятая в 1993 году (М. : Юрид. лит., 1993), а Конституция Союза Советских Социалистических Республик 1977 года (М. : Политиздат, 1977), где основные права, свободы и обязанности граждан СССР сформулированы, как нам кажется, более афористично, хотя и менее подробно. Ср. главу 7, статьи 40 и 41, Конституции СССР: *Граждане СССР имеют право на труд и Граждане СССР имеют право на отдых* — и главу 2, статья 37, Конституции Российской Федерации: *Каждый имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены, на вознаграждение за труд без какой бы то ни было дискриминации и не ниже установленного федеративным законом минимального размера оплаты труда. <...> Каждый имеет право на отдых*.

В видеоряде рекламы Московской сотовой связи (федеральные каналы, 2000) присутствуют слоганы, отсылающие к знаменитым принципам социализма и коммунизма: *Каждому по возможности, каждому по потребностям; Каждому по потребности, всем по подарку*. Принцип социализма зафиксирован в Конституции СССР 1977 года (глава 2, статья 14): *В соответствии с принципом социализма «от каждого — по способностям, каждому — по труду» государство осуществляет контроль за мерой труда и потребления*. Принцип коммунизма *от каждого — по способностям, каждому — по потребностям* стал модификацией приведенного выше принципа социализма. Дальнейшая трансформация, представленная в тексте рекламы, полностью исключает необходимость каких-либо усилий, затрат со стороны личности и практически указывает на установление коммунистического подхода к потреблению в отдельно взятой коммерческой фирме.

Современная политическая реклама ориентирована на трансляцию структурных схем, заложенных в таких агитационно-политических текстах, как советские лозунги. Созданные по старым моделям лозунги как тексты идеологического или социально-политического содержания, сформулированные в виде короткого, чаще всего однофразового, императивного и/или оценочного высказывания, направленные от коллективного адресанта к коллективному или персонифицированному адресату с целью изменения поведения или ценностных установок данного адресата [Енина 1999: 5], могут быть использованы в рекламе для создания завер-

шенного образа времени (чаще всего моделируется перенос «наше время — революционное»). К примеру, в ходе рекламной кампании 2008 года по выборам мэра Екатеринбурга оппозиционный кандидат Олег Хабибуллин включал в свои предвыборные ролики фразы, прямо отсылающие к знаменитым лозунгам советского времени *Землю — крестьянам!* и *Фабрики — рабочим!* Однако в данном случае объектом заботы и внимания со стороны кандидата становятся не трудящиеся, а другая незащищенная категория граждан — дети: *Детские сады — детям! Став мэром, я верну все садики и построю новые; Двор — детям! Став мэром, я остановлю застройку дворов и детских площадок!* В текстах кандидата на фоне революционного призыва актуализировано несколько ключевых социальных проблем, с которыми столкнулись жители Екатеринбурга, — нехватка дошкольных учреждений и точечная застройка в городе.

Отметим, что подавляющее большинство реклам, отсылающих к политическому дискурсу, содержат цитаты из произведений, ставших хрестоматийными и общеизвестными в XX веке вследствие того, что они во многом определяли идеологию сложившегося в нашей стране политического строя. Современный политический и философский дискурс, пожалуй, не имеет такого тотального (или тоталитарного) влияния на коллективную когнитивную базу народа, поэтому представлен в рекламе так слабо.

Широкое использование советских прецедентных культурных знаков в современной рекламе выявило связанные с этой тенденцией проблемы. Во-первых, включение ПКЗ-советизма в рекламу требует от создателей текста стилистической точности. Традиционна установка авторов рекламы (прежде всего коммерческой) на формирование с помощью культурно маркированного знака иронической тональности внутри текста. Ирония возникает чаще всего за счет контрастности представленных в рекламе знаков. Это противоречие между разными знаками одного рекламного текста иногда оказывается настолько сильным, что возникает так называемый эффект обманутого ожидания — «частный случай непредсказуемости, обязательно нарушающий норму, возникшую в данных контекстах» [Арнольд 1973: 49]. Когда между знаком и контекстом возникает рассогласование, оно и «вызывает сбой в процессе восприятия, привлекающая особое внимание адресата» [Калганова 1997: 10]. Этот прием соединяет в одном ряду несопоставимое.

Например, в рекламе «Учебного центра БКС» реализуется идея *Учись! Инвестируй! Зарабатывай!* Для того чтобы представить эту идею,

создатели рекламы моделируют страницу «новой рыночной азбуки», на которой рядом с традиционными для советских учебников иллюстрациями по слогам пишутся фразы, трансформирующие классические контексты: *Ма-ма мы-ла РАО; Зи-на за-ра-бо-та-ла на Ав-то-ва-зе; А у нас в порт-фе-ле ГАЗ! А у вас?* Использование советского ПКЗ для образования топа «несовместимое» — эффективный прием для привлечения внимания адресата. Занимательность, неожиданность, непредсказуемость, помогающие разжечь любопытство потенциальных потребителей и активизировать их восприятие, становятся достоинством этого приема.

Однако расширение контекстов употребления может привести к переходу культурно значимых единиц из ценностного в профанный период употребления [Брагина 2005: 28]. Подобные рекламы с неудачно созданным эффектом обманутого ожидания вызывают однозначное отторжение. Возьмем, к примеру, рекламу «Сбербанка России», в которой использована знаменитая военная песня «Темная ночь». Молодой человек, стоящий в очереди, слушает в плеере эту песню (признаемся, неправдоподобная ситуация), вознаграждается широкой улыбкой девушки—сотрудницы банка. Слоган-цитата *Верю, встретишь с любовью меня* не может не восприниматься без иронии (в рекламе речь идет о банковской системе, где неактуальны концепты «вера» и «любовь»).

Вторая проблема, связанная с употреблением советских ПКЗ, — это отбор и использование этих единиц в соответствии с носителем рекламного сообщения. Частотны и достаточно показательны примеры, когда ПКЗ-советизм просто «уничтожается» контекстом. Еще один пример из рекламы «Сбербанка России»: в ней звучит песня А. Рыбникова «Я тебе, конечно, верю» из кинофильма «Большое космическое путешествие». В телеверсии рекламы фрагмент *Я тебе, конечно, верю* выглядит органично, но в печатной версии, где остается только словесная, немзыкальная часть песни, эта фраза уже не опознается как прецедентная, поскольку она извлечена из не самого популярного произведения. Кроме того, само построение предложения, где вводное слово *конечно* оказывается в середине конструкции, как будто провоцирует продолжение с противительным союзом: *Я тебе, конечно, верю, но...* Подобная фраза служит скорее сигналом неуверенности, сомнения. Таким образом, реклама достигает совершенно противоположного прагматического эффекта — внушения идеи о ненадежности банка.

Реклама представляется нам культурно избирательным феноменом, показателем общей культуры общества, его ценностных ориентаций. Статистика помогает описать тот культурный фон, в который оказывает-



ся погружен адресат рекламы, степень прецедентности знаков, извлекаемых из сфер советской жизни. В рекламе последних 15 лет, как показал анализ, представлена и духовная, и материальная советская культура, но преобладает количество ПКЗ, отражающих первую. Однако следует уточнить, что это чаще всего знаки, относящиеся к слою массовой духовной культуры, отсылающие к относительно недавнему прошлому нашей страны. Прецедентные феномены, востребованные в рекламном дискурсе, неэлитарны, они входят в актуальную периферию культурного фонда, того комплекса знаний, которыми обладает типичный представитель нашего общества. Массовая культура, к которой нередко относятся ПКЗ-советизмы, «ориентирована на среднюю языковую семиотическую норму, на простую прагматику, поскольку она обращена к огромной читательской, зрительской и слушательской аудитории» [Руднев 1999: 156].

Особо отметим, что именно люди, родившиеся в СССР, сейчас являются экономически и политически активными гражданами России. От их выбора зависит будущее рекламируемых товаров и политических движений, поэтому обращение в рекламном дискурсе к прецедентным культурным знакам советского времени, входящим в тезаурус большинства россиян, с прагматической точки зрения является абсолютно оправданным.

## Литература

- Арнольд И. В.* Стилистика декодирования. Л. : ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1973. 76 с.
- Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры : пер. с фр. / послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М. : Республика : Культ. революция, 2006. 269 с.
- Брагина Н. Г.* Социокультурные конструкты в языке. М. : Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2005. 360 с.
- Бриггз А., Кобли П.* Медиа. Введение / ред. А. Бриггз [и др.]. М. : Юнити-Дана, 2005. 550 с.
- Бурдые П.* О телевидении и журналистике. М. : Прагматика культуры, 2002. 160 с.
- Вайль П., Генис А.* 60-е. Мир советского человека. М. : Новое лит. обозрение, 1996. 368 с.
- Вайнштейн О.* Мое любимое платье: портниха как культурный герой в Советской России // Одежда. Культура. Тело. 2007. Вып. 3. С. 101–126.
- Васильев А. Д.* Слово в российском телеэфире. Очерки новейшего словоупотребления. М. : Флинта-Наука, 2003. 240 с.
- Вепрева И. Т.* Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. 380 с.
- Вепрева И. Т., Купина Н. А.* Русские / россияне // Рус. яз. за рубежом. 2007. № 1. С. 121–124.
- Ворожебитова А. А.* «Официальный советский язык» периода Великой Отечественной войны: лингвориторическая интерпретация // Теоретическая и прикладная лингвистика / отв. ред. В. Б. Кашкин. Воронеж, 2000. Вып. 2 : Язык и социальная среда. С. 21–42.
- Геллер М.* Машина и винтики. История формирования советского человека. М. : МИК, 1994. 336 с.
- Глазкова Н. В.* Наши — не наши в советское время и сейчас // Рус. речь. 2004. № 1. С. 51–53.
- Голанова Е. И.* Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / под ред. Е. А. Земской. М. : Языки рус. культуры, 1996. С. 427–452.
- Гольинко-Вольфсон Д.* Агрессивно-пассивный гламур // Худож. журн. 2005. № 60. С. 26–33.

- Горалик Л. «...Росагроэкспорта сырка». Символика и символы советской эпохи в сегодняшнем российском брендинге // *Одежда. Культура. Тело*. 2007. Вып. 3. С. 13–32.
- Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // *Язык средств массовой информации* / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. С. 401–419.
- Данилов С. Ю. Речевой жанр проработки в тоталитарной культуре : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2001. 15 с.
- Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов // *Логос*. 1999. № 11/12. С. 131–155.
- Дашкова Т. Невидимые миру рюши: одежда в советском предвоенном и военном кино // *Одежда. Культура. Тело*. 2007. Вып. 3. С. 149–162.
- Дашхуугийн Баясгалан. Логоэпистемы из песен и их функции в русскоязычном коммуникативном пространстве : дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 172 с.
- Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М. : Прогресс, 1989.
- Демиденко Ю. Народная мода в СССР: конкурсное проектирование в период между мировыми войнами // *Одежда. Культура. Тело*. 2007. Вып. 3. С. 33–53.
- Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса СМИ // *Язык средств массовой информации* / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. С. 71–86.
- Дышлевский П. И., Яценко Я. В. Что такое общая картина мира. М. : Знание, 1984. 64 с.
- Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим. М. : Воскресенье, 1999. 416 с.
- Енина Л. В. Представители власти в текстах уральских СМИ: вражда и согласие // *Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности*. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2006. 562 с.
- Енина Л. В. Современные российские лозунги как сверхтекст : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1999. 18 с.
- Жижек С. Добро пожаловать в пустыню реального! : пер. с англ. М. : Прагматика культуры, 2002. 160 с.
- Жижек С. Интерпассивность. Желание: влечение. Мультикультурализм : пер. с англ. СПб. : Алетейя, 2005. 156 с.
- Журавлева Н. И. Миф как способ построения картины мира : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 1999. 23 с.
- Засурский И. И. Реконструкция России. Массмедиа и политика в 90-е годы. М. : Изд-во МГУ, 2001. 228 с.
- Захарова Л. Советская мода 1950–1960-х годов: политика, экономика, повседневность // *Одежда. Культура. Тело*. 2007. Вып. 3. С. 55–80.
- Земская Е. А. Введение // *Русский язык конца XX столетия (1985—1995)* / под ред. Е. А. Земской. 2-е изд. М. : Языки рус. культуры, 2000. С. 9–31.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд., стер. М. : УРСС, 2003. 284 с.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : URSS, 2006. 288 с.
- Йоргенсен М. В., Филипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод : пер. с англ. / под ред. А. А. Киселева. Харьков : Гуманитар. центр, 2004. 336 с.

- Какорина Е. В. Стилистический облик оппозиционной прессы // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / под ред. Е. А. Земской. 2-е изд. М. : Языки рус. культуры, 2000. С. 409–425.
- Калганова С. О. Семантические нарушения в отношениях слова и контекста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1997. 20 с.
- Калинина Е. Ю. О семиотике средств массовой коммуникации (на основе концепции У. Эко) // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. С. 86–99.
- Каминская Т. Л. Адресат в массовой коммуникации. Великий Новгород, 2008. 166 с.
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. 390 с.
- Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Социальные перемены в зеркале семейного дискурса // Жанр интервью. Особенности русской устной речи в Финляндии и Санкт-Петербурге / под ред. М. Лейнонен. Tampere : Univ. of Tampere, 2004. С. 75–136.
- Кларк Г. Г., Карлсон Т. Б. Слушающие и речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. М. : Прогресс, 1986. Вып. 17 : Теория речевых актов. С. 270–321.
- Клушина Н. И. Особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. С. 479–496.
- Коган Л. Н. Теория культуры : учеб. пособие. Екатеринбург, 1993. 160 с.
- Коновалова Ж. Ф. О теории Р. Барта и практике советской мифологии // Смыслы мифа: мифология в истории и культуре : сб. в честь 90-летия проф. М. И. Шахновича / отв. ред. М. М. Шахнович. СПб., 2001. С. 300. (Сер. «Мыслители»; Вып. 8).
- Косулин В. Д. Нам песня жить и любить помогает. СПб. : Диамант : Золотой век, 1996. 544 с.
- Крысин Л. П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Рус. яз. в науч. освещении. 2001. № 1. С. 90–106.
- Крыштановская О. Анатомия российской элиты. М. : Захаров, 2005. 384 с.
- Кубрякова Е. С., Цурикова Л. В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. С. 183–210.
- Культурно-речевая ситуация в современной России / под ред. Н. А. Купиной. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. 378 с.
- Купина Н. А. Тоталитарный язык. Словарь и речевые реакции. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та ; Пермь : ЗУУНЦ, 1995. 144 с.
- Купина Н. А. Языковое сопротивление в контексте тоталитарной культуры // Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. 176 с.
- Купина Н. А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем // Русский язык сегодня / отв. ред. Л. П. Крысин. М. : Азбуковник, 2000. Вып. 1. 596 с.
- Купина Н. А. О прагмоидеологической составляющей толерантной / интолерантной коммуникации // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации : коллективная моногр. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. С. 33–51.
- Купина Н. А. Тоталитарные мифологемы в речевом пространстве уральского города // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности : коллективная моногр. / отв. ред. И. Т. Вепрева, Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 516–535.

- Купина Н. А. Тоталитарный язык // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М. : Флинта : Наука, 2007. С. 161–162.
- Лаптева О. А. Живая русская речь с телеэкрана. М. : Едиториал УРСС, 2003. 520 с.
- Лассан Э. Р. Парадигмы текстов и дискурсные формации как объекты дискурсного анализа // Лингвистика : бюл. Урал. лингв. о-ва / отв. ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург : Изд-во Урал. пед. ун-та, 2004. Т. 12.
- Леонтьев А. А. Психология воздействия массовой коммуникации // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. С. 133–146.
- Лукина М. Технология интервью. М. : Аспект-Пресс, 2005. 192 с.
- Луман Н. Реальность массмедиа : пер. с нем. М. : Праксис, 2005. 254 с.
- Майданова Л. М. Образ власти в современных медиатекстах // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2006. Вып. 19. № 40. С. 147–157.
- Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь языка Совдепии. СПб. : Фолио-Пресс, 1998. 704 с.
- Москвина Т. Фюрер красоты // Москвина Т. Ничего себе Россия! : ст., рец., эссе. СПб. ; М. : Лимбус Пресс, 2008. С. 283–285.
- Михайлова Н. А., Агеева Е. А. Языковая игра в структуре современного прозаического текста // Русский язык сегодня / под ред. Л. П. Крысина. М., 2000. Вып. 1. С. 551–561.
- Олянич А. В. Презентационная теория дискурса. М. : Гнозис, 2007. 407 с.
- Павлова Н. Д. Интент-анализ телеинтервью // Языковое сознание. Формирование и функционирование / под ред. Ю. А. Сорокина [и др.]. М. : Ин-т языкознания, 1999. С. 87–99.
- Пайнс Р. Собственность и свобода. Рассказ о том, как из века в век частная собственность способствовала внедрению в общественную жизнь свободы и власти закона / пер. с англ. Д. Васильева. М. : МШПИ, 2001. 416 с.
- Паришина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2005. 325 с.
- Перцев А. Почему Европа не Россия. Как был придуман капитализм. М. : Академ. проект, 2005. 384 с.
- Петров Г. Н. Телевизионная драматургия. Проблемы журналистского мастерства и особенности творчества. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. 119 с.
- Поберезникова Е. В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. М. : Аспект-Пресс, 2004. 222 с.
- Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат // Социальная психолингвистика : хрестом. / сост. К. Ф. Седов. М. : Лабиринт, 2007. С. 37–73.
- Попова Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб., 2002. 220 с.
- Потебня А. А. Из записок по русской грамматике. М. : Учпедгиз, 1958. Т. 1–2. 536 с.
- Протасова Е. Ю. Мороженое в русской картине мира // С любовью к слову : festschrift in honour of prof. Arto Mustajoki on the occasion of his 60th birthday / под ред. Й. Линдстедта [и др.]. Helsinki : Yliopistopaino, 2008. С. 322–330.
- Романенко А. П. Советская словесная культура: образ риторика / под ред. О. Б. Сиротининой. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. 210 с.

- Романенко А. П., Санджи-Гаряева З. С. Оценка советского человека (30-е годы): риторический аспект // Проблемы речевой коммуникации. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. С. 126–132.
- Руднев В. П. Словарь культуры XX века. Ключевые слова и тексты. М. : Аграф, 1999. 381 с.
- Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М. : Языки рус. культуры, 1999. 544 с.
- Сараджева Л. А. Взаимоотношение культуры, лингвокультуры и личности // Говорящий и слушающий: языковая личность, текст, проблемы обучения : материалы Междунар. науч.-метод. конф., Санкт-Петербург, 26–28 февр. 2001 г. СПб. : Союз, 2001. С. 113–119.
- Серио П. Как читают тексты во Франции : [вступ. ст.] // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса : пер. с франц. и португ. / под ред. П. Серио. М. : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. С. 12–54.
- Силантьев И. В. Газета и роман: риторика дискурсных смещений. М. : Языки славян. культуры, 2006. 224 с.
- Скляревская Г. Н. От редактора // Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения. СПб. : Фолио-Пресс, 1998. С. 5–6.
- Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века / под ред. Ю. С. Степанова. М. : Ин-т языкознания РАН, 1995. 432 с.
- Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Языки рус. культуры, 1996.
- Уваров М. С. Постсоветский постмодернизм в антропологическом горизонте // Человек постсоветского пространства / под ред. В. В. Парцвания. СПб. : С.-Петерб. филос. о-во, 2005. Вып. 3 С. 447–452.
- Фролова Е. В. Коммуникативные стратегии формирования имиджа регионального лидера в электронных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2007.
- Фромм Э. Иметь или быть? / пер. с англ. Н. Войсунской, И. Каменкович; общ. ред. и вступ. ст. В. И. Добренкова. М. : Прогресс, 1986. 238 с.
- Фрумкина Р. Человек эпохи дефицита // Одежда. Культура. Тело. 2007. Вып. 3. С. 140–148.
- Чепкина Э. В. Дискурсивные практики формирования оппозиции «свой—чужой» в районной прессе (на материале газет Пермской области) // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации : коллективная моногр. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. С. 287–302.
- Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого поведения. М. : Флинта : Наука, 2006. 136 с.
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. М. : Флинта : Наука, 2006. 256 с.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М. : Гнозис, 2004. 324 с.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
- Юрков С. Е. Постмодернизм: приближение к антимиру // Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века / отв. ред. Т. А. Акиндинова. СПб. : С.-Петерб. филос. о-во, 2001. С. 85–88. (Сер. «Symposium»; Вып. 16).
- Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной. М. : Академ. проект : Альма Матер, 2008. 760 с.

- Ashbrook W., Powers H.* Puccini's Turandot. The end of the great Tradition. Princeton : Princeton univ. press, 1991.
- Cutting J.* Pragmatics and discourse. L., N. Y. : Routledge, 2002. 187 p.
- Jaworski A., Coupland N.* The discourse reader / eds. A. Jaworski [et al.]. L. : Routledge, 1999. 602 p.
- Riasanovsky N.* The emergence of eurasianism, California slavic studies. Berkeley : Univ. of California press, 1967. № 4. P. 39–72.
- Schiffrin D., Tannen D., Hamilton H. E.* The handbook of discourse analysis / eds. D. Schiffrin [et al.]. Malden, MA: Blackwell publishing, 2001. 851 p.





## *Раздел 4*

# Советская культура вчера и сегодня: лингвистический взгляд



# Эволюция русской языковой картины мира в советскую и постсоветскую эпоху

А. Д. Шмелёв

## Вступительные замечания

В настоящей статье речь пойдет о «советской» составляющей русской языковой картины мира и о том, как эта составляющая модифицировалась в постсоветскую эпоху. Обсуждение разумно предварить описанием общих представлений о языковой картине мира как совокупности представлений, которые язык «навязывает» всем говорящим на нем. В соответствии с концепцией, принятой в «новомосковской» школе концептуального анализа [Шмелев 2002] и развиваемой в наших исследованиях последних двух десятилетий (значительная часть этих исследований собрана в книгах [Шмелев 2002; Зализняк и др. 2004, 2005, 2006]), эти представления «таятся» в неассертивных компонентах семантики языковых единиц: пресуппозициях, коннотациях, фоновых компонентах значения. В норме они не попадают в фокус внимания участников коммуникации, воспринимаются как нечто само собой разумеющееся.

Конечно, слово «навязывает» не следует понимать слишком буквально. Носитель языка может обратить внимание на «скрытые» компоненты значения, извлечь их на поверхность и поместить в фокус внимания. Это происходит, в частности, в процессе лингвистического анализа, когда «скрытые» компоненты значения подвергаются экспликации; но это возможно и в рамках повседневной речевой деятельности, в особенности когда носители языка предаются метаязыковым размышлениям [Булыгина, Шмелев 1999]. Так, тот факт, что в русском языке слово *осел* включает в себя коннотации упрямства и глупости, никак не подрывается возможностью таких рассуждений: *Тебе скажут: осел глуп. Когда*

человеку хотя бы намекнуть, что он недалек умом, упрям и ленив,— его деликатно называют ослом. Запомни же, что, наоборот, осел — животное не только умное, но и послушное, и приветливое, и трудолюбивое (А. Куприн). Впрочем, иногда «снятие» неассертивных компонентов высказывания происходит неявным образом, при еле уловимом сдвиге в значении языковой единицы. Так, слова *пошлый* и *пошлость* содержат одну из самых уничтожающих оценок, какие только есть в русском языке, но отдельный носитель языка может признаться и в стремлении к *пошлости* — ср. пример из статьи [Зализняк, Шмелев 2004]: *Купить бы себе на базаре тапочки — уютные, пошлые, из искусственного меха, чтобы спереди морда, сзади помпоны, а внутри самопальный войлок* (Т. Устинова).

Языковая картина мира не остается постоянной в ходе развития языка. Так, слово *проблема*, пришедшее в русский язык в XVIII веке и обозначавшее «трудный вопрос, требующий разрешения», в последние десятилетия в результате калькирования с западноевропейских языков стало употребляться в значении «обстоятельство, мешающее нормальному, т. е. гладкому и беззаботному, ходу вещей». Иными словами, оно стало обозначать нечто такое, что необходимо устранить, чтобы восстановить нормальный ход вещей, при котором человек получает удовольствие от жизни. Появилась также серия фразеологических клише (в значительной части — калькированных): *нет проблем; не проблема; без проблем; это не моя проблема; это твои проблемы; создавать себе проблемы*. Все эти выражения предполагают возникновение в картине мира нового представления, в соответствии с которым нормой является беззаботное и беспрепятственное «движение по жизни» [Зализняк 2006].

Кроме того, разными картинами мира могут характеризоваться разные типы дискурса, сосуществующие в рамках одного языка в одно и то же время. Так, христианское представление, в соответствии с которым едва ли не важнейшей добродетелью является *смирение*, характерно для картины мира церковной проповеди, но совершенно чуждо для картины мира советской пропаганды. Соответственно, такие слова как *смирение*, *смиранный*, если и могли появиться в языке советской пропаганды, то только в ироническом или «разоблачающем контексте» (*поповские сказочки о смирении*). Так, в «Раковом корпусе» Александра Солженицына Вадим Зацырко, в формировании взглядов которого решающую роль сыграло советское воспитание, *раздражался от этих разжижающих басенок о смирении*. Такая водянистая блеклая правденка противоречила всему

молодому напору, всему сжигающему нетерпению, которое был Вадим... Ср. также пример из Национального корпуса русского языка:

*Достоевский умел вызывать сочувствие читателя к обиде и боли маленьких людей, задавленных капитализмом, — это и необходимо было ему для его основной цели, для пропаганды идей **смирения** перед существующим строем, для утешения страдающих, униженных и оскорбленных. Но он размахивал нищенской сумой не для того, чтобы возбудить в сердцах униженных и оскорбленных чувство гнева к жажде борьбы с властью имущими, а для проповеди **смирения** и покорности* (Д. Заславский. Против идеализации реакционных взглядов Достоевского).

При этом язык советской пропаганды был в Советском Союзе всепроникающим, и тем самым соответствующая картина мира навязывалась всем носителям русского языка.

### Картина мира советской пропаганды

Для языка советской пропаганды было более всего характерно использование двух разных рядов лексических единиц в зависимости от того, идет ли речь о «своем» или о «чужом» [Булыгина, Шмелев 1999: 461]. Это соответствовало одному из ключевых положений советской идеологии, согласно которому даже внешне сходные явления в коммунистических странах и в странах Запада имеют совершенно разную природу: «два мира, две системы»; при этом языковые единицы, применимые к коммунистическим странам, обладали положительными коннотациями, а слова, применимые к Западу, — отрицательными. Нарушение закономерностей распределения языковых единиц в зависимости от того, о какой из двух «систем» идет речь, вело к языковым аномалиям: в советской публицистике невозможны были такие сочетания, как *\*американский воин* или *\*судилище в СССР*. (В применении к странам так называемого «третьего мира» могли использоваться слова как с положительной, так и с отрицательной окраской в зависимости от того, отвечало ли обозначаемое явление интересам Советского Союза, как они понимались в данный момент.) Соответственно имело место «согласование» разных единиц: возможны были высказывания *Матерый политикан вступил в сговор с главарями бандитских шайек* и *Опытный политик заключил соглашение с руководителями партизанских отрядов* [Epstein 1991], но в равной степени аномально было бы *\*главари партизанских отрядов* или *\*главари партизанских шайек*.

Впрочем, и в применении к Западу существовали определенные положительно окрашенные слова — например, для обозначения реальных

или потенциальных союзников коммунизма. Однако эти слова не совпадали со словами, используемыми для обозначения советских реалий (ср. слово *прогрессивный*), или, даже внешне совпадая с ними, имели совсем другое содержание. Так, *трудящиеся* были и в Советском Союзе, и на Западе, однако в применении к Советскому Союзу это слово обозначало просто советских граждан, тогда как в применении к Западу оно противопоставлялось *буржуазии* (иногда добавлялась количественная характеристика: *широкие массы трудящихся* и *кучка эксплуататоров*).

Необходимость строго следовать указанному распределению могла приводить к почти вынужденным искажениям смысла при передаче содержания высказываний «враждебных» политических деятелей. Так, Е. В. Ключев приводит пример из советской газеты: *Правительство Маргарет Тэтчер намерено продолжать свою антинародную внутреннюю политику в интересах богачей, в ущерб широким массам англичан*; отмечается, что едва ли М. Тэтчер была готова формулировать свои намерения именно как желание проводить «антинародную внутреннюю политику» и действовать «в ущерб широким массам англичан» [Ключев 1989].

Идеологические представления (идеологемы), скрытые в семантике единиц языка пропаганды, не исчерпывались положительной или отрицательной оценкой; они включали в себя целый комплекс представлений, содержащихся в марксистском учении, «творчески развиваемом» советскими идеологами. Так, использование по отношению к странам Запада таких перифрастических выражений, как *страны капитала*, а также прилагательных *буржуазный*, *капиталистический* навязывало марксистское представление, согласно которому ключевым для противопоставления стран «социалистического лагеря» и западных стран является различие их экономического строя, «способа производства».

Существенно, что, пользуясь языковыми единицами, характерными для советского идеологического языка, т. е. языка пропаганды, говорящие неизбежно принимали и содержащиеся в них идеологемы, даже если изначально они критически относились к советскому строю. Комический эффект популярной в «инакомыслящей» среде 1970–1980-х годов песни на слова Николая Вильямса «Коммунисты поймали парнишку» (обычно пели: «Коммунисты поймали мальчишку») во многом связан с тем, что герой песни, ведущий борьбу с советским строем не на жизнь, а на смерть, сам полностью находится в плену советских идеологических представлений, что видно из используемых им языковых средств (например, *акулы капитала*):

Пусть мне очередь в лагерь настала,  
Лагерь и тюрьмы не боюсь.  
Скоро стая акул капитала  
Растерзает Совейский Союз.

<...>

«И да здравствует частная собственность!»\* —

Он, зардевшись, в лицо им сказал.

Иногда, даже эксплицитно отвергая идеологемы, в неявном виде содержащиеся в значении языковых единиц, используемых в языке пропаганды, говорящие не могли полностью от них избавиться, поскольку пользовались тем же языком. Так, мне уже приходилось писать об идеологеме *счастья*, активно использовавшейся советской пропагандой: *Человек создан для счастья, как птица для полета* (фраза Короленко, ставшая крылатой в советское время), *наше счастливое детство, счастье будущих поколений* и т. п. [Шмелев 2003]. Именно *счастье* было кульминацией того, что должен был в соответствии с положениями «Программы КПСС» установить на Земле коммунизм: «мир, труд, свободу, равенство, братство и *счастье* всех народов». Идеологема *счастья* вызывала отталкивание у людей, не принимающих советскую идеологию. Так, с ней решительно спорит автор теории «нравственного социализма» Шулубин из «Ракового корпуса» Александра Солженицына:

*Так вот что такое нравственный социализм: не к счастью устремить людей, потому что это тоже идол рынка — «счастье»! — а ко взаимному расположению. Счастлив и зверь, грызущий добычу, а взаимно расположены могут быть только люди! И это — высшее, что доступно людям!... Счастье — это мираж! — из последних сил настаивал Шулубин. Он поблелнел. — Я вот детей воспитывал — и был счастлив. А они мне в душу наплевали. А я для этого счастья книги с истиной — в печке жег.*

Но далее из его тирады становится ясно, что и он видит в *счастье* цель устремлений человечества и каждого отдельного человека, только пути к достижению этого *счастья* он видит иные:

*А тем более еще так называемое «счастье будущих поколений». Кто его может вывести? Кто с этими будущими поколениями разговаривал — каким еще идолам они будут поклоняться? Слишком менялось представление о счастье в веках, чтоб осмелиться готовить его заранее.*

---

\* В отпечатанном на машинке чистовике текста Николая Вильямса к этой строчке сделано примечание: «При хоровом пении в этом месте допустим рокот голосов, произносящих разные лозунги: землю — помещикам!, да здравствует 12-часовой рабочий день!, и т. п.».

*Каблуками давя белые буханки и захлебываясь молоком — мы совсем еще не будем **счастливы**. А делясь недостающим — уже сегодня будем! Если только заботиться о «**счастьи**» да о размножении — мы бессмысленно заполним землю и создадим страшное общество...*

В целом ряде случаев системы ценностей советской пропаганды и нонконформистского или просто несоветского дискурса оказываются тождественными. Так, неприятие «мещанских» ценностей занимало важное место в советской системе ценностей. Как писала Нея Зоркая, апелляция к мещанству как источнику всех бед была характерна для советского дискурса с самого начала: «“Мещанству” после Октября приписывались и “мещанством” объяснялись все текущие неудачи властей по части коммунистического воспитания трудящихся: аполитичность, дурной вкус (слоники на комоды и коврики с лебедями), частнособственническая мораль и аморальность, ханжество и разврат, накопительство и разгильдяйство» [Зализняк, Шмелев 2004]. *Мещанское* могло приравняться к *антисоветскому* — ср. заметку из записных книжек Андрея Платонова: *Муж-милиционер арестовывал жену за мещански-антисоветские настроения, говорил «это взятка», когда его угощали стаканом чая*. Но такое же неприятие *мещанства* было характерно и для людей, как будто не разделявших советскую идеологию, — ср. высказывания о *мещанах* и *мещанстве* Марины Цветаевой, Бориса Пастернака, Владимира Набокова, акад. Сахарова и др. (о восприятии борьбы с *мещанством* как моральной миссии интеллигенции см.: [Вихавайнен 2004]): *Мещанской скукой веет от серых страниц «Правды», мещанской злобой звучит политический выкрик большевика, мещанской дурью набухла бедная его головушка* (В. Набоков); И культ злоречья и *мещанства* / Еще по-прежнему в чести (Б. Пастернак).

Иногда такое сближение с официальными советскими установками осознавалось. Ср. замечание из воспоминаний Е. М. Мелетинского: *...мое понимание чувства долга очень приблизилось к официальному, и этот долг выступил как императив, противостоящий себялюбию, трусости, мещанству*.

Отвергали такую борьбу с мещанством весьма немногие. Ср. отрывок из «Воспоминаний» Надежды Мандельштам: *О. М. не любил и не позволял себе никаких выпадов против «мещанства». Мещан-бюргеров он, скорее, уважал и не случайно назвал Герцена, клеймившего их, барином. Но особенно его удивляли наши нападения на мещан и мещанство... «Чего они хотят от мещан, — сказал он как-то. — Ведь это самый устойчивый слой — на нем все держится»*.



Лишь к концу существования Советского Союза стала получать распространение апология *мещанства*. Ср. строки из стихотворения Тимура Кибирова, уже цитированные нами в статье [Зализняк, Шмелев 2004]: *Леночка, будем мещанами! Я понимаю, что трудно, / что невозможно практически это. Но надо стараться.*

### Источники языка пропаганды

Уже из приведенных примеров ясно, что язык пропаганды не возникает на пустом месте. Советская пропаганда могла использовать слова *мещанский* и *мещанство* для обозначения чего-то враждебного, поскольку отрицательное отношение к мещанству уже было выработано в русской культуре и нашло отражение в повседневном языке. Точно так же воспевание *гордости* и неприятие *смирения*, характерное для советского идеологического языка, было подготовлено семантической эволюцией слов *гордость* и *смирение*, почти завершившейся к началу XX века и не затронувшей только дискурс, ориентированный на традиционные христианские ценности\* (ср.: [Шмелев 2000]). Любопытно, что слово *гордыня*, сохранившее отрицательную окраску в неидеологическом дискурсе, стало использоваться с отрицательной окраской и в языке советской идеологии (в значении «противопоставление себя коллективу»)\*\*. Ср.:

*Писательница Вера Панова такими словами определила свое отношение к Пастернаку: «В этой озлобленной душе, которая раскрывалась во всем этом деле начиная с написания романа и кончая письмом,— нет ни чувства родной почвы, ни чувства товарищества, кроме безмерного эгоизма, неприемлемого в нашей стране, кроме невыносимой гордыни, неприемлемой в коллективистском обществе. Видеть это отторжение от Родины и озлобление даже жутко»* (Записка Отдела культуры ЦК КПСС об итогах обсуждения на собраниях писателей вопроса «О действиях члена Союза пи-

---

\* Юную Наташу Пестову, будущую матушку Соколову, родители оберегали от влияния советской идеологии, давая ей читать лишь дореволюционную и переводную литературу. Однако оказалось, что и в дореволюционной литературе (в частности, в произведениях Лидии Чарской) содержались чуждые христианству ценности. Вот что об этом пишет сама матушка Соколова в своих воспоминаниях, озаглавленных «Под кровом Всевышнего»: «Находясь в школе в безрелигиозном обществе, начитавшись светской литературы, я нравственно падала. Понятие “гордость” тогда превозносилось, особенно это сквозило в произведениях Лидии Чарской, которыми я увлекалась. Еще не сознавая в этом греха, я душой превозносила над другими детьми» (Соколова Н. Н. Под кровом Всевышнего. Новосибирск : Православ. гимн. во имя преп. Сергия Радонежского, 1998. С. 37).

\*\* Впрочем, такое словоупотребление для советского дискурса не очень частотно; значительно более часто восприятие *гордыни* как «противопоставления себя коллективу» встречается в текстах, написанных новообращенными христианами (или обращенных к ним) и включающих многие выражения из «советского» языка.

сателей СССР Б. Л. Пастернака, несовместимых со званием советского писателя»).

Дело в том, что внести в семантику языковой единицы изначально отсутствующий в ней неассертивный компонент весьма затруднительно. В директивном порядке делать это не имеет смысла, поскольку вся сила неассертивных компонентов значения в том, что они не находятся в фокусе внимания и воспринимаются как нечто разумеющееся само собой. Просто начать употреблять слово с нужным «приращением» в расчете на то, что это употребление скоро станет привычным, можно только в случае малоупотребительных слов. Такую операцию проделали советские пропагандисты конца 1940-х годов со словами *космополит*, *космополитический*, *космополитизм*. Ср. размышления о слове *космополит* Адама Ройтмана — персонажа романа Александра Солженицына «В круге первом»:

*Это не было ново. Это началось еще прошлой весной, началось сперва в театральной критике и выглядело как невинная расшифровка еврейских фамилий в скобках. Потом переползло в литературу. В одной газетке-сплетнице, газетенке-потаскухе, занятой чем угодно, кроме своего прямого дела — литературы, кто-то шепнул ядовитое словцо — **космополит**. И слово было найдено! Прекрасное гордое слово, объединявшее мир, слово, которым венчали гениев самой широкой души — Данте, Гете, Байрона, — это слово в газетенке слиняло, сморщилось, зашитело и стало значить — **жид**. А потом поползло дальше, стыдливо стало прятаться в папках за закрытыми дверьми.*

Отметим употребление этого слова в воспоминаниях Юрия Елагина «Укрощение искусств», впервые опубликованных в 1952 году. Будучи человеком старого воспитания, живущим вдали от советской жизни, Елагин сохранил представление о старом, неидеологическом значении слова (и потому называет Вахтангова «великим космополитом»), но, рассказывая о советской кампании «борьбы с космополитизмом», он уже использует слово как цитацию, в «советском» значении:

*В эти послереволюционные годы Вахтангов поставил всего четыре спектакля, но их оказалось достаточно, для того чтобы обессмертить его имя в истории мирового театра. Этими четырьмя спектаклями были: «Эрик XIV» в Первой студии Художественного театра, «Дибук» в «Габиме», «Чудо Святого Антония» Метерлинка и «Принцесса Турандот» Карло Гоцци в собственной его студии. Как видно из этого короткого перечня, Вахтангов был, подобно многим большим людям в искусстве XX века, великим **космополитом**.*

*Велик Тарасенков! С гранитных неприступных марксистско-ленинско-сталинских позиций громит он формалистов, **космополитов**, конструктивистов, натуралистов, разоблачает буржуазные вражеские влияния в советской поэзии. Ловко орудует Тарасенков партийной дубинкой — летят ключья от поэтов и прозаиков.*

*...Советский поэт Константин Симонов — один из официальных проводников линии Политбюро в искусстве и в литературе — выступил в журнале «Новый мир» с большой погромной статьей, направленной против театральных критиков-космополитов.*

*В следующем месяце — апреле 1949 года — маститый Александр Яковлевич Таиров, основатель и бессменный в течение 35 лет руководитель Камерного театра, был снят с работы как «формалист» и «космополит».*

Этот сдвиг значения нашел отражение в советских словарях. В Толковом словаре русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова (М. : ГИС, 1935), составленном более чем за 10 лет до начала кампании «борьбы с космополитизмом», слова *космополит* и *космополитизм* толкуются вполне нейтрально: *космополит* — это «человек, не считающий себя принадлежащим к какой бы то ни было национальности, собств. признающий весь мир своим отечеством», а *космополитизм* — «взгляды, убеждения космополита». А в 9-м издании Словаря русского языка С. И. Ожегова (М. : Сов. энцикл., 1972), вышедшем более чем два десятилетия спустя после кампании «борьбы с космополитизмом», в основе толкования слова *космополитизм* лежит советская идеологема: «Реакционное буржуазное идеологическое течение, к-рое под прикрытием лозунгов “мирового государства” и “мирового гражданства” отвергает право наций на самостоятельное существование и государственную независимость, национальные традиции и национальную культуру, патриотизм» (*космополит* толкуется как «последователь, сторонник космополитизма»).

Впрочем, если идеологема оказывалась не востребовавшей, слово оставалось малоупотребительным, и немногочисленные примеры его использования были ориентированы на неидеологическое понимание. Так, слово *культуртрегер* получило в словаре Д. Н. Ушакова крайне идеологизированное толкование: «Империалист-колонизатор, порабащивающий отсталые народы под прикрытием насаждения культуры». Однако в значении «империалист-колонизатор» оно почти не понадобилось и использовалось в основном в нонконформистском дискурсе скорее с положительными коннотациями (иногда с легкой иронией). Так, Юлий Даниэль, описывая свою жизнь в лагере, называет *культуртрегером* себя, Венедикт Ерофеев в одном из интервью, отвечая на вопрос

о том, кто ему нравится из современных прозаиков, говорит: *В прозе мне нравятся наши культуртрегеры типа Михаила Гаспарова, Сергея Аверинцева.*

Однако, если слово является общеупотребительным, модифицировать его значение, как правило, не удастся. Так, в русском языке по крайней мере с XVIII века существует глагол *донести* (на кого-либо, реже — о ком-либо) **«сообщить представителю власти о предосудительных с точки зрения власти действиях Х-а»** и соотнесенное с ним существительное *донос*. По-видимому, первоначально указанные слова были оценочно нейтральными; ср. употребления, рассматривающие *доносы* как вещь вполне похвальную, часто представляющую собой исполнение долга и иногда требующие мужества:

*Медицинские чины, от высшего до нижнего, имеют право каждый мне доносить на не берегущих солдатское здоровье разного звания начальников...* (А. Суворов);

*...царь избрал 6 000, и взял с них присягу служить ему верою и правдою, доносить на изменников...* (Н. Карамзин);

*Плутон со всеми их доказательствами видел, что донос на судей справедлив...* (И. Крылов);

*Стыдно тебе, старый пес, что ты, не взирая на мои строгие приказания, мне не донес о сыне моем Петре Андреевиче и что посторонние принуждены уведомлять меня о его проказах. Так ли исполняешь ты свою должность и господскую волю?* (А. Пушкин);

Но кто ж, усердьем пламенея,  
Ревнуя к общему добру,  
Донос на мощного злодея  
Предубежденному Петру  
К ногам положит не робея?  
(А. Пушкин)

Однако уже в первой половине XIX века указанные слова стали приобретать отрицательные коннотации, соответствующее действие стало рассматриваться как предосудительное. В связи с таким отношением *доносы* стали делаться преимущественно тайно, и рассматриваемые слова приобрели соответствующий компонент значения. Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля (М. : Рус. яз., 1978) отчасти фиксирует этот сдвиг: в толкование отрицательная оценка еще не включена, но из большинства иллюстраций она выводится:

*Доносить, донести...* на кого, доводить, обнаруживать что, обвиняя. ...*Кто-то на меня облыжно донес. Кто станет доносить, тому головы не сносить.* ...*Донос*, довод на кого, не жалоба за себя, а объявление о каких-либо незаконных поступках другого; извет. ...*Доносчик* м. *-чица* ж. доказчик, доводчик, подавший на кого донос, извет. *Доносчику первый кнут, от товарищей, за донос, либо от начальства, за неисправность.* *Доносчик* — что перевозчик: надобен на час, а там, не знай нас!

Всем известно, что в сталинском Советском Союзе доносы всячески поощрялись и вменялись в обязанность (а «недоносительство» каралось); однако использование по отношению к ним слов *донести* и *донос* было совершенно невозможно именно в силу устоявшихся отрицательных коннотаций этих слов. Поэтому соответствующие действия были переименованы, и вместо выражения *донести на контрреволюционеров* в «идеологически выдержанном» дискурсе положено было говорить *разоблачить контрреволюционеров* или *сигнализировать о контрреволюционных намерениях*. Ср. примеры из Национального корпуса русского языка:

*Так бдительность отдельных рабочих, которые болеют за советскую власть, которые горят желанием выкорчевать все корешки контрреволюции, уничтожить всех врагов народа, помогла нам раскрыть контрреволюционную организацию. У этих рядовых людей, **сигнализовавших** НКВД, многому должны поучиться иные наши руководители* (Заковский Л. М. О некоторых методах и приемах иностранных разведывательных органов и их троцкистско-бухаринской агентуры. 1937);

*Они выступают, сигнализируют о вредительстве, но не всегда эти сигналы подхватываются* (Там же);

*В годы совместной учебы в школе Павел не допустил, чтобы Николай Страшкова приняли в пионерский отряд; несколько лет спустя, когда Страшков попытался вступить в комсомол, Павел разоблачил его и перед комсомольской организацией* (Д. Н. Медведев. Сильные духом (Это было под Ровно). 1948).

Такое словоупотребление нашло отражение и в художественной литературе, посвященной этому периоду, и в мемуарах. Например, в «Раковом корпусе» Александра Солженицына лояльная Авиета (дочь Русанова) говорит:

*Вот хочешь, я скажу тебе, как понимаю: тот, кто идет и **сигнализирует** — это передовой, сознательный человек! Он движим лучшими чувствами к своему обществу, и народ это ценит и понимает.*

Ср. также:

*Если общественность проглядела вредительство, то первым за это должен отвечать товарищ Тимофеев, бывший парторг. Тем более, что, как выяснилось, парторгу своевременно **сигнализировали** снизу: **сигнализовала** товарищ Иванова, давно раскусившая секретаришу своим пролетарским чутьем (Л. Чуковская);*

*«...Но ведь ему доверял обком партии. Коммунисты выбрали его членом горкома». — «Вы должны были **сигнализовать**, что это неправильно. Для этого вам и дано высшее образование и ученое звание». — «А разве уже доказано, что он троцкист?» Последний наивный вопрос вызвал взрыв священного негодования (Е. Гинзбург).*

Что же касается глагола *донести* и существительного *донос*, следовало ограничить их сферу употребления таким образом, чтобы никому и в голову не могло прийти относить эти слова к советской действительности. Словарь Ушакова демонстрирует механизм, посредством которого это делалось: «**донос**, доноса, м. (полит.). Орудие борьбы буржуазно-черносотенной реакции против революционного движения — сообщение царскому или другому реакционному правительству о тайно готовящихся революционных выступлениях, о деятельности революционных организаций или отдельных революционеров. *По доносу предателя царские жандармы разгромили подпольную большевистскую организацию. Фашисты, на основании доноса провокатора, бросили в тюрьму группу комсомольцев*».

Мы видим, что, во-первых, слово *донос* снабжено пометой «полит.», чтобы не возникало идеи использовать это слово в «бытовых» контекстах, когда речь идет не о «враждебном» мире, а об окружающей советской действительности; во-вторых, в толкование эксплицитно вводятся компоненты, указывающие на то, что доносом можно называть только сообщение *врагам* о революционной деятельности *своих*.

М. И. Шапир отметил, что в первом издании словаря под редакцией Д. Н. Ушакова (1934) слово *донос* имело совсем другое толкование: «тайное сообщение кому-н., обладающему властью, о чьих-н. преступных действиях или замыслах», иллюстрируемое пушкинскими строками *Донос на гетмана злодея царю Петру от Кочубея* [Шапир 2006: 485]. Можно видеть в этом толковании попытку устранить в значении глагола отрицательную оценку (не случайно в толкование введен компонент ‘преступных’, причем не указывается, что это с точки зрения властей). Однако оказалось, что отрицательная окраска слова *донос* и глагола *донести* (на кого-либо) закрепилась в сознании носителей языка, так что

проще не устранять эту оценку, а ограничить сферу употребления указанных единиц.

Но из бытового дискурса эти слова устранить не удалось, и человек, тайно сообщаящий властям о предосудительных, с их точки зрения, действиях, рисковал заслужить клеймо *доносчика*, или *стукача*. Сам язык задает оценку соответствующего действия как постыдного.

Показателен диалог между заключенным Рубиным и пытающимся его вербовать майором Мышиным в романе Александра Солженицына «В круге первом»:

*Мышин поставил перед Рубиным вопрос именно так, как рекомендовалось на инструктивных совещаниях:*

— *если вы советский человек — то вы нам поможете;*

— *если вы нам не поможете — то вы не советский человек;*

— *если же вы не советский человек, то вы — антисоветчик и достойны нового срока.*

*Но Рубин спросил: «А чем надо будет писать доносы — чернилами или карандашом?» — «Да лучшие чернилом», — посоветовал Мышин. — «Так вот я свою преданность советской власти уже кровью доказал, а чернилами доказывать — не нуждаюсь».*

Вообще говоря, уже из вопроса Рубина *Чем надо будет писать доносы?* можно было догадаться, что завербовать его не удастся: использование слова *донос* с яркой отрицательной окраской не оставляет в этом сомнения.

Показательно, что в словаре Ожегова слову *донос* вновь дано нейтральное толкование: «Тайное сообщение представителю власти, начальнику о чьей-н. предосудительной, с их точки зрения, деятельности, поступках», иллюстрируемое примером, отчетливо выражающим неодобрение, — *донос предателя*.

### **«Десоветизация» в постсоветском дискурсе**

«Десоветизация» языка после падения коммунизма шла в двух направлениях. С одной стороны, стали элиминироваться компоненты значения слов, целиком обусловленные влиянием марксистской идеологии. Так, в настоящее время едва ли кто-то (за исключением, может быть, «бескомпромиссных» сторонников коммунизма) использует по отношению к западному экономисту выражение *буржуазный экономист* или станет употреблять выражение *акулы капитала* в неироническом контексте. С другой стороны, активное проникновение в речь семантических калек из западных языков (в первую очередь из английского) привело к размыванию русской языковой картины мира, к устранению из нее мно-

гих представлений, которые вовсе не были принадлежностью советской идеологии, а складывались в ходе развития русского языка.

Выше уже шла речь о новом значении слова *проблема*, которое навязывает представление, согласно которому нормой является беззаботное и беспрепятственное движение по жизни. Традиционно в русской культуре *выгода*, *удовольствие* и *успех* не рассматривались как основополагающие жизненные ценности. В настоящее время множество рекламных объявлений адресуется именно *успешным людям*. Целый ряд слов утратил сему отрицательной оценки, например: *коммерсант*, *бизнесмен*, *амбициозный*, *карьера*. Общим для всех этих изменений является одно — принятие установки на достижение *успеха*, вытесняющее внимание к нюансам отношений между людьми [Зализняк и др. 2006]. Ср. такие сочетания, как *успешный карьерист*, указывающие на цель, которую человеку вполне естественно ставить перед собой: *Книга, которую вы сейчас держите в руках, — это пособие для успешных карьеристов*.

Изменения такого рода должны найти отражение в лексикографическом описании языка. Словарные статьи таких слов, как *успешный*, *эффективный*, *амбициозный*, *карьера*, в советских словарях не соответствуют их употреблению в современной речи. Скажем, в словаре Ожегова дважды приводится слово *карьерный*: как прилагательное от слова *карьер*<sup>1</sup> «самый быстрый конский бег, ускоренный галоп» и *карьер*<sup>2</sup> «место открытой разработки неглубоко залегающих ископаемых (угля, песка и пр.)»; однако от слова *карьера* такое прилагательное не предусмотрено. Но если обратиться к современным текстам, мы увидим, что подавляющее большинство примеров с прилагательным *карьерный* — это как раз производные от слова *карьера* (например, в сочетании *карьерный рост*).

Такие изменения происходят стихийно, и целенаправленное изменение значения слова по-прежнему остается невозможным. Приведем заключительный пример, касающийся уже рассмотренных нами слов *донести* (на кого-либо), *донос*, *доносчик*.

Газета «Известия» в номере от 6 февраля 2004 года инициировала дискуссию о том, на самом ли деле всегда скверно сообщать начальству о чьих-либо предосудительных, с его точки зрения, действиях. Дискуссия открывалась статьей Евгения Бая, которая была озаглавлена несколько провокационно: «Спасти человечество могут только доносчики». В статье содержалась ссылка на мнение преподавателя высшей школы бизнеса Чикагского университета Луиджи Зингалеса, который пришел к выводу, что спасти род людской от корпоративного мошенничества могут лишь



доносители, работающие в компаниях. Он связывал отрицательное отношение к доносам с наследием советского времени, указывая, что на Западе сообщение начальству о чьих-либо предосудительных, с его точки зрения, действиях — вполне нормальный и граждански ответственный поступок:

*Трагедия в Советском Союзе была не в том, что сотни тысяч людей доносили на своих соседей по квартире или коллег по работе. Беда была в том, что у вас существовало репрессивное государство, опиравшееся на ненормальные законы. И любой донос, положенный на эту почву, давал ядовитые всходы. Но в демократических странах такое невозможно. В Швеции, например, человек может заявить в налоговую службу об уклонении от уплаты налогов со стороны кого-то из его коллег по работе или соседей.*

Действительно, в западной культуре не выработано столь однозначно отрицательного отношения к доносам, как у нас. Однако письма читателей, в которых обсуждалась эта статья, продемонстрировали, что мнение авторитетного западного специалиста оказалось бессильно против отраженной в языке моральной интуиции носителей русской культуры. Мало кто из читателей согласился с проф. Зингалесом.

В целом же процессы последних двух десятилетий показывают, что стихийные изменения в языке отражают меняющуюся систему ценностей в языковой картине мира (и не принимаются теми, кто не принимает этих изменений), тогда как целенаправленно изменить языковую концептуализацию мира удается далеко не всегда.

## Советские идеологические традиции сегодня

Н. А. Купина

Тоталитарный язык советской эпохи выработал систему идеологем и мифологем, охваченных единой мировоззренческой установкой, которая в значительной степени обеспечивала простоту восприятия бинарных оппозиций, взаимоисключающих оценок, устанавливала правила функционирования идеологических конструктов, стереотипных представлений о *своем* и *чужом* / *чуждам*. Основу советской речевой культуры составляла институционально поддерживаемая идеологическая ортология. Регламентация отбора идеологем и их сочетаемости в пределах высказывания и текста способствовала незатрудненной реализации предписательной функции тоталитарного языка, повышала степень стереотипности высказывания, предсказуемости линейного развертывания текста [Купина 1995].

Горбачевская перестройка, распад Советского Союза, падение железного занавеса, демократизация общественной жизни [Вепрева 2002: 8–16] стимулировали описанный в специальной литературе процесс обвальной деидеологизации русского языка [Ермакова 1997; Русский язык ... 1996; Скляревская 2001; Современный русский язык ... 2003; и др.]. Отсутствие государственной языковой политики, эйфория языкового карнавала [Костомаров 1994] создали условия для десакрализации фундаментального лексикона. Непозволительное в тоталитарной лингвокультуре и ставшее привычным в культуре посттоталитарной погружение базовых идеологем в стилистически низкую, профанную контекстную среду активизировало жанры, основанные на точечной рефлексии (например, жанр политического анекдота). В 90-е годы советский идеологический язык стал восприниматься как субъязык коммунистов.

Новая идеологическая концепция до настоящего времени не сложилась. Другими словами, не была выработана система вербально оформленных идей — понятных для народа, маркирующих направление развития страны. Порожденные деидеологизацией страх перед угрозой мифической национальной идеи, идеологический скептицизм, идеологический цинизм, мировоззренческая растерянность привели к формированию ситуации идеологического тупика. Показательными [Верещагин, Костомаров 1999: 22] стали суждения об «идеологической затхлости», «убожестве мысли, присущей нынешней стабильности» (Г. Бовт). Председатель правительства В. Зубков констатирует: «Пока денег больше, чем идей» (2007). Действительно, внедрение отдельных идеологем новейшего времени (*суверенная демократия, либеральная империя, сбережение народа*) «всенародного отклика» не получает. В то же время наблюдается активизация идеологем советских. «Простой российский заключенный» Михаил Ходорковский пишет статью «Левый поворот» [2005], в которой обосновывает историческую объективность тенденции к возрождению советских идеологических ценностей и стандартов индустриальной эпохи, говорит о необходимости их включения в «национальную повестку дня», прогнозирует движение общества к неосоциализму [Ходорковский 2008].

Анализ «языкового существования» [Гаспаров 1996] начала третьего тысячелетия позволяет говорить о целом ряде тенденций, сопровождающих перестройку идеологического фонда современного русского языка [Купина 2008]. В процессе этой перестройки активно используется советский идеологический код. Носители русского языка, прошедшие социализацию в СССР, открыто говорят о возвращении в речекультурный оборот вербальных и невербальных знаков советского идеологического языка, речеповеденческих реакций, культурных сценариев. Приведем в качестве примеров отдельные показательные речения: *Пахнет советскими временами* (писатель В. Войнович); *Приближается время, когда нас снова заставят обслуживать власть* (артист В. Баринов); *Народ вернулся в советское время. Я уже готов паек получать. Не знаю, чем доволен кандидат в президенты Зюганов. Я помолодел на 30 лет. Я вижу те же холодные глаза, те же лица на съезде* (сатирик М. Жванецкий); *С принятия сталинского гимна началась реанимация советских идей* (литературовед М. Чудакова).

Востребованность советских идеологических образцов ярко проявилась в период выборов в Госдуму РФ, выборов Президента РФ (декабрь 2007 — март 2008) и проходивших в то же время региональных выборов. Языковой материал, исследованный нами, извлечен из текстов

СМИ указанного периода, программных партийных материалов, лицензионных и нелицензионных агитационных федеральных и региональных (уральских) изданий.

Показательно возрождение свойственного тоталитарному мышлению схематического оценивания действительности. В этой связи можно говорить о темпоральном схематизме. Наблюдается, например, свертывание прошедшего времени. Текущее настоящее характеризуется в сравнении с ближайшей ретроспекцией — *проклятыми девяностыми*. Такое сопоставление, отражающее точку зрения власти, обеспечивает искомый агитационный эффект: *Острая критика 90-х гг. стала мощным оружием в агитационной борьбе. Образ проклятого прошлого, столь контрастирующий с блистательным настоящим и еще более светлым будущим, по необходимости должен быть чернее сажки, ибо на таком фоне святочные ангелы наших дней смотрятся особо розовыми и особо святочными* (Соколов М. Всю Россию потребуем! // Известия. 2007. 22 нояб.).

Разъясняя предвыборную позицию партии «Единая Россия», губернатор Россель отмечает: *«Владимир Владимирович Путин напомнил в своем выступлении, как мы жили восемь лет назад: огромные долги по зарплатам и пенсиям, нестабильность в экономике и политике, угроза территориальной целостности страны. Нужно было выводить Россию из затяжного кризиса»*. Происходит персонализация времени: настоящее (эпоха Путина) — прошлое (эпоха Ельцина). Общим местом становится очернение недавнего прошлого с помощью ярлыков: *годы ужасные, мрачные, страшные, кризисные, годы хаоса и развала, потерянные для страны, лихие*. Например: *Само появление выражения «лихие 90-е» удивительным образом совпало с потребностью сравнить, сопоставить прошлое десятилетие с нынешним, когда Россия и международный авторитет обрела, и пенсии повышает, и вообще с колен встала*. Сопоставление недавнего темного прошлого и светлого настоящего призвано утвердить веру в правильность того пути, который избран «Единой Россией» и партиями-спутниками: *При Ельцине страна рухнула в трясину либеральных реформ — команда Путина последовательно вытягивала страну из кризиса. Ср.: За прошлое десятилетие Россию привыкли воспринимать как слабое государство, ни на что особо не претендующее, несмотря на ядерный арсенал. Но в последние годы мы взялись восстанавливать державный статус и немало преуспели; Страна, от которой многие уже не ждали ничего, кроме покорного «демократического» ученичества и предоставления зарубежным компаниям широкого доступа к своим ресурсам, теперь предъявляет себя как ядерно-энергетическая*

держава, постоянно требует учитывать свои интересы и вообще претендует на лидерские позиции в мире. Подобные параллели приводят к общему выводу: сегодня у нас намного лучше, чем вчера.

Говоря о ближайшем будущем в выступлении на заседании Госсовета, В. В. Путин отмечает: «Сейчас перед нами стоит задача эффективно использовать накопленный опыт и ресурсы для следующего, качественно иного этапа в развитии страны. До 2010 года у нас и сверстан бюджет, и утвержден конкретный план развития. Но сейчас уже необходимо заглянуть за этот горизонт, хотя бы на десять лет вперед. Вот почему речь идет о долгосрочной стратегии до 2020 года — по сути, о важнейшем для всего общества выборе дальнейшего пути развития России. <...> Россия должна стать самой привлекательной для жизни страной. И, уверен, мы сможем сделать это, не жертвуя настоящим ради так называемого светлого будущего, а, напротив, день за днем улучшая благополучие людей» (Известия. 2008. 11 февр.). Таким образом, сохраняется схема: *сегодня в стране все хорошо; завтра будет лучше, чем сегодня*. В то же время развенчивается мифологема *светлого коммунистического будущего* и связанная с ней идеологема *жертвенности*.

Идеологически насыщенное представление о будущем разрабатывается на базе идеологемы *план Путина*, вызывающей в памяти однородный ряд «образных откликов» [Гаспаров 1996: 259]: *ленинский план, сталинская пятилетка, плановая экономика* и др. Например: *Как тут не вспомнить советские времена с их планированием всего и вся? Сегодня вместо ленинского плана ГОЭЛРО (проект электрификации России) на повестке дня план Путина*. Идеологема *план Путина* внедряется в общественное сознание с помощью контактных идеологем *всенародной поддержки* и *победоносности*. Тиражируются лозунги: *План Путина — будущее России!; Россия / Урал / Сибирь / Кубань / Наш город; и др. — за план Путина!; Уральские промышленники поддерживают план Путина!; Цель плана Путина — победа России!* Газетные комментарии утверждают футурологическую реальность *плана Путина*. Например: *Сегодня процесс стабилизации завершен, и для России жизненно необходимо двигаться вперед — к современному прогрессивному обществу; Через 12 лет мы должны стать качественно иной страной — с инновационной экономикой; Стратегическое направление Владимир Путин определил. Впереди — разработка тактических шагов. Планы более чем реальные, несмотря на их амбициозность. Тем более необходимость такого качественного рывка сомнению не подвергается. Итак, План Путина: 1999–2020...*

Широко употребляется идеологический синоним *курс*, обозначающий вектор развития страны, устремленность в достойное будущее. Существительное *курс* реализуется и в сочетаниях с собственным именем *Путин*, и в высказываниях, содержащих это имя, не связанное грамматически с опорной номинацией, и без поддержки ключевого антропонима: *«Единая Россия» призывает поддержать на выборах 2 марта курс Путина; За продолжение реализации курса Президента России Путина! (лозунг); Урал подтвердил свое звание опорного края державы, сказав весомое «да» в поддержку курса Путина; Предстоящие выборы в Облдуму — это продолжение референдума в поддержку курса Путина; ср.: Чтобы сохранить политический и экономический курс, на выборах всех уровней необходимо поддержать президентскую команду; В минувшее воскресенье во Дворце молодежи в Екатеринбурге собрались сторонники продолжения действующего курса*. В одном микротексте могут употребляться оба синонима. Например: *Уральцы поддержали курс нашего Президента 2 декабря. Теперь требуется убедительно подтвердить свой выбор 2 марта и проголосовать за план Путина. Стратегия главы нашего государства верна, она принесет благополучие и стабильность России и нашему родному Уралу. Вперед, Россия! Вперед, Урал!* Соединение синонимов-идеологем *план Путина*, *курс Путина*, вписанных в схему движения времени (*от благополучного настоящего к еще более благополучному будущему*, в которое верит Россия), обеспечивает создание идеологической экспрессии, которая должна способствовать пробуждению у адресата чувства оптимизма.

В контрагитационных материалах коммунистов идеологемы *план Путина*, *курс Путина* функционируют в границах высказываний, охваченных коннотациями неприятия, чужести, сомнения: *План Путина нереален; Уморить народ голодом — это и есть план?; Такая победа России не нужна!* Предлагается альтернатива, не затрагивающая «опорные пункты» [Демьянков 2003: 117] политико-идеологической конструкции: *План Зюганова против плана власти!; Курс КПРФ — выбор России!*

Темными красками рисуется настоящее. Тиражируется образ социалистического будущего России, который, в свою очередь, опирается на догму *единственно верного пути* и мифологему *отдельных недостатков*. Например: *Мы предлагаем идти вперед, к новому социализму, очищенному от прошлых ошибок, заблуждений. Как это уже сделали в народном Китае. В этом — единственно верный путь спасения от нищеты и грабежа «рыночной экономики»* (Г. Зюганов).

После выборов Президента РФ идеологема *план Путина* постепенно трансформируется в направлении деперсонификации. Например: *Одна из главных задач глобального российского плана — построение инновационной экономики.*

Общее идеологическое пространство наполняется суждениями, свидетельствующими о парадоксальности в осмыслении движения времени. В речи частотны взаимоисключающие сочетания типа *вперед к социализму, назад к социализму: Эпоха Октября продолжается* (газетный заголовок); *Не сомневаюсь, что ближайшее будущее России — это авторитаризм. Пусть и просвещенный* (финал статьи Роя Медведева, опубликованной в газете «Аргументы и факты»); *КПРФ — это будущее России; Великий Октябрь — это курс на победу.* Прогнозирование будущего опирается на объединяющий тезис: *Движение России вперед не должно прекращаться.* Привычная схема времени, однако, разрывается навязчивыми вопросами: *Вперед в прошлое?; Назад в СССР?* Образы прошлого и будущего вписываются в оппозицию тождества, которая, в свою очередь, способствует созданию образа заблудившегося времени.

Авторитаристская модель будущего эпизодически проявляется в ситуации презентации амбициозного политика (например, одного из кандидатов в мэры Екатеринбурга), берущего на себя ответственность за ближайшее будущее: *Мы долгие годы жили ожиданием «светлого будущего». Но жизнь у человека — одна. И жить достойно он должен уже сейчас. Именно это ставит во главу угла Олег Хабибуллин. В городе накопилось множество проблем. Но не потому, что они НЕРЕШАЕМЫ, а потому, что они НЕ РЕШАЛИСЬ. В короткие сроки — 4–5 лет — Олег Хабибуллин решит основные проблемы и превратит Екатеринбург в город, где комфортно жить каждому человеку.*

Из приведенных примеров видно, что в центре агитационного общероссийского пространства оказался советский идеологический лексикон. «Полевение» правых, использование ими левопопулистской риторики широко обсуждалось в СМИ. Не случайно в агитационных материалах КПРФ появляется разъяснительная рубрика «Чем партии на самом деле отличаются друг от друга». КПРФ («партия народа и для народа») отстаивает органичность и неизменность своих позиций: *КПРФ свою политическую платформу обнародовала давно, и принципиально в ней ничего не меняла. Перед выборами другие партии «заимствуют» из программы коммунистов целые куски.* Ср. высказывания, извлеченные из других источников: *Политтехнологи обнаружили резкое «полевение» настроений в обществе, поэтому программы политических партий пришлось*

*срочно подгонять под новые запросы. Даже детище Чубайса и Немцова, СПС — и тот ринулся на «защиту» стариков. Ср. также: Полумертвый СПС пошел на выборы с набором лозунгов, знакомым по агитации КПРФ и ЛДПР — и в некоторых регионах партия начала на равных конкурировать с коммунистами и «справедливороссами». Никита Белых и Борис Немцов принялись рассуждать чуть не о социализме. Партия Анатолия Чубайса с такими лозунгами — это сюрреализм высокого полета. Курс на социализм стал политическим мейнстримом.*

Оппозиционеры, тщетно стремившиеся завоевать как можно больше сторонников, также оказались «красными». Эдуард Лимонов призывал: «Меньше либерализма, больше красного!». «Если “Другая Россия” хочет стать более или менее массовой, — вторил ему Леонид Радзиховский, — она должна идти влево и только влево».

Левый поворот привел к обезличиванию партийных идеологий. В программах всех партий вербально оформляются идеи национальной гордости, патриотизма, лидерства, могущества, врага и угрозы (внешней и внутренней). Патерналистская идеологическая платформа отражает прагматизацию общественного сознания. Так, сквозным мотивом всех без исключения партийных документов становится мотив социальной справедливости. Идея справедливости, сочетающая представления о чувстве (страсти) и «нравственном абсолюте», который вселяет веру в возможность «воздать каждому по делам его» [Левонтина, Шмелев 2005: 370–373], в конкретных высказываниях и текстах сочетается со смыслами ‘деньги’, ‘распределение’, ‘разделение’, ‘перераспределение’. Приведем соответствующие иллюстрации.

В предложенной коммунистом Зюгановым «Программе возрождения и подъема России» имеется раздел «Первые указы президента Зюганова». В их числе следующие: *Я восстанавливаю право каждого молодого человека на бесплатное образование; Я резко сокращу квартплату и коммунальные платежи. Ср.: **Аграрная партия России** за обеспечение права на медобслуживание и образование. Доступные для пенсионеров цены на лекарства. Бесплатное питание в детских садах и школах. Ср.: «**Справедливая Россия**» считает необходимым ... добиться полного бесплатного лечения детей за счет федерального бюджета; Мы за справедливое распределение доходов и расходов общества между поколениями!; **СПС** предлагает Новую экономическую программу ДОСТРОЙКА, которая перераспределит бюджет и перенаправит средства с кучки олигархов и чиновников на многомиллионный трудовой народ.* Подобная декларативность свойственна и предвыборным обещаниям региональных политиков.



Например, Александр Богачев, один из кандидатов в мэры Екатеринбурга, замечает: *«Я уверен, что пенсионеры заслужили право ездить в общественном транспорте бесплатно»*. Предвыборный лозунг этого кандидата — *«Не допустим наезд на льготный проезд!»* Как видим, во всех случаях справедливость спроецирована на материальный недостаток, блага, льготы.

Вербализуется идеологема *державного патриотизма* в сочетании с идеологемами *угрозы* и *врага*. Например, Г. Зюганов в одном из интервью отмечает: *«На природные богатства наши алчно смотрят со всех сторон, и не исключено, что придется Россию защищать от новых завоевателей»*. <...> *Народ не может жить и побеждать без своей культуры, языка, хорошей песни, родного сказа, правдивой родной истории, без почитания лучших, достойнейших сынов и дочерей России, которые формировали великую державу*. Аналогичные идеологические синтагмы прослеживаются в агитационных материалах ЛДПР: *«ЛДПР за великую Россию»*. <...> *«ЛДПР видит проблемы страны, каждого простого человека! Это настоящий патриотизм, а экстремистами являются как раз те, кто мешает нам жить, как мы достойны. Воры, жулики, казнокрады, коррупционеры — вот кто экстремисты! Они помогают врагам России, они крадут у нас и наших детей будущее!»*

Поддержка идеи *державного патриотизма* властью проявляется, в частности, в разработке планов патриотического воспитания молодежи, попытках усилить патриотическую составляющую учебных курсов в средней школе и высших учебных заведениях, в разработке проектов детских и молодежных организаций, аналогичных пионерской и комсомольской. Такое положение дел отмечается федеральной прессой: *«Что касается общей идеологии, то тут дело еще хуже. Идеология КПРФ — державный патриотизм. Но ведь такова и идеология, а главное, опять же таковы и поступки власти»* (Л. Радзиховский. Российская газета). Разумеется, идея патриотизма является универсальной, хотя и допускает разные варианты. Эта идея усиливалась или редуцировалась, но никогда не исчезала из культурного пространства России.

Остановимся на интерпретации двух взаимосвязанных идеологем (*руководящей роли партии* и *вождизма*), вытесненных из общественного сознания россиян и возродившихся в период предвыборных кампаний 2007–2008 годов.

**Идеологема руководящей роли партии.** Известно, что в 1991 году указом президента Б. Н. Ельцина деятельность КПСС была запрещена, а в 1993 году из текста Конституции была изъята статья 6 о *руководящей*

*роли партии.* Вербализация отмеченной идеологемы в течение долгого времени была связана лишь с исторической характеристикой государственного и политического устройства СССР. Анализ языкового существования 2007 года позволяет говорить об активизации данной идеологемы. Толчком к прямой вербализации идеи *руководящей роли партии* послужило согласие В. Путина возглавить список партии «Единая Россия» на выборах в Думу, а затем — согласие возглавить партию. Эти события стали называть историческими: *Напомним: 2-н Путин долгое время отклонял приглашения влиться в ряды «медведей», хотя и делал шаги по сближению с ними. В декабре 2007 г. он даже возглавил список «ЕР» на думских выборах. Но ради окончательной «смычки партии и правительства» было придумано соломонино решение: разделить должности председателя «ЕР» (без обязательного членства в партии) и председателя ее высшего совета; После того, как Президент страны принял историческое решение возглавить список «Единой России» — выборы переросли в референдум доверия Владимиру Владимировичу Путину; То, что Владимир Путин возглавил партию «Единая Россия», об этом можно только мечтать. И эта мечта 7 мая станет явью, когда Владимир Владимирович Путин вступит в должность председателя партии.*

Внедряется узнаваемая идеологически значимая синтагма *национальный лидер и его партия*: «Единая Россия», «партия Путина», должна рассматриваться как непосредственный проводник курса и в определенном смысле тоже как его гарант, причем не только в Федеральном собрании, но и в региональных и местных органах власти. Если в период выборов в Государственную думу словосочетание *партия Путина* было высокочастотным, то в период выборов Президента РФ оно стало употребляться реже или в трансформированном варианте. Ср.: *Путин — национальный лидер. Это означает, что стабильно высокий рейтинг Владимира Путина станет рейтингом его партии; Очевидно, что «Единая Россия» — партия Путина: мы говорим «партия» — подразумеваем Путин; мы говорим «Путин» — подразумеваем партия; «Единая Россия» во главе с Путиным стала связующим, консолидирующим звеном политической жизни страны с органами государственной власти. Ср.: Партия «Единая Россия» стала совместным проектом Путина и Медведева.*

Внедрение идеи *руководящей роли* «Единой России» осуществляется за счет употребления постоянных атрибутивных характеристик партии: *правящая, ведущая, сильная.* Менее частотны прилагательные *доминирующая, передовая* (о постоянных эпитетах-прилагательных в языке советской эпохи см.: [Селищев 2003]). Стереотипными стали сочетания *пар-*

тия власти и партия реальных дел. Дела партии превозносятся: *«Единая Россия» возглавила процесс развития общества, процесс его трансформации; В России сформировалась ведущая партия, ответственная за решения социально-экономических проблем страны, партия реальных дел; Задачи сформулированы таким образом, что воплощать их только государство не сможет, нужна реальная политическая сила, которой на сегодня является «Единая Россия». Партия уже не раз доказывала, что ей по плечу задачи, которые ставит глава государства. Эта задача не из легких — «единороссам» предстоит в сжатые сроки построить качественно другое гражданское общество.*

В речевой оборот вводятся прямая номинация роль и метафорическая руль. Например: *Продекларирован курс на усиление роли партии и партийных политических механизмов; Руль партии — беспартийному (газетный заголовок); Фактически у руля Областной думы оказались лишь «единороссы».* Действенность партийной работы конкретизируется с помощью однородного глагольного ряда: *Фактически же это партия власти, особый государственный (да, именно государственный) институт, буквально пронизывающий многие другие государственные и негосударственные институты. При помощи «Единой России» Кремль обеспечивает централизацию политической системы, консолидирует элиту, синхронизирует работу федеральной, региональных, а также местных политических машин, «вертикализует» парламенты, транслирует официальную идеологию.*

Рассуждения о руководящей роли «Единой России» сопровождаются идеологемами единственно возможного (правильного) выбора, победоносности. Например: *Путин возглавил список единственной партии власти. Выборы превратились в «референдум о поддержке Путина». <...> Остались еще сомневающиеся?; «Единая Россия» одержала уверенную победу во всех регионах страны; В Областной думе выбрали спикера. Напомню, что после победы на выборах все члены верхней палаты — представители правящей партии «Единая Россия».* Через все тексты СМИ пунктирно проходит мотив чистоты рядов. Хотя образ члена партии нельзя назвать сформировавшимся, заметна эксплуатация советских практик идеологического портретирования: *В партии должна быть представлена наиболее прогрессивная часть общества; необходимо привлечь новых лиц, в том числе интеллектуалов, и одновременно избавиться от некоторых скомпрометировавших себя губернаторов; Партии нужны не лишенные чувства долга и чести рыцари, мыслители и практики; У тех, кто действительно верит в план для страны, в*

«План Путина», как говорят в «Единой России», есть шанс доказать: мы, партийцы, идем на лишения, мы зарабатываем меньше, чем кто-то в бизнесе, мы выбираем аскетизм и работу как на «галерах», потому что мы мобилизованы — кто-то самый сознательный и патриотичный должен взять эту работу на себя.

Возвращается стереотипное сочетание *партия и правительство*: Немаловажен для успеха региона союз правящей партии «Единая Россия» и правительства Свердловской области; Если партия и правительство будут работать слаженнее, это создаст уверенность в правильности избранного курса.

Внедрение идеологемы *руководящей роли партии* опирается на концепт единения/консолидации (лозунг-советизм *Народ и партия едины*). Об этом свидетельствует само название партии. В ставшем опорным трансформированном лозунге *Вместе мы — Единая Россия* (ср.: За «Единую Россию» и наши родной Урал!) этот концепт используется для выражения уверенности в органичности неразрывного единства партии и народа. При воспроизведении ключевого словосочетания на письме кавычки выделяют ставшее брендом название партии; отсутствие кавычек вводит прямое значение словосочетания, на которое наслаивается значение эргонима.

В речах видных политических деятелей разъясняется консолидирующая роль партии. Приведем в этой связи фрагмент из выступления губернатора Э. Росселя:

*Уважаемые коллеги!*

*Уважаемые члены партии «Единая Россия»!*

*Мы с вами хорошо знаем, как и когда создавалась эта крупнейшая политическая сила страны. Она была официально создана 1 декабря 2001 года. И всем хорошо известно, что я не просто поддержал создание партии, а был одним из инициаторов ее создания.*

*Почему?*

*Потому, что в результате «шоковой терапии» середины 90-х, финансового кризиса 1998 года, трагических событий на Кавказе экономика, социальная сфера страны находились в депрессивном состоянии. То же самое можно сказать и о моральном состоянии общества на то время. Территориальная целостность страны была поставлена под угрозу.*

*В этих условиях нам крайне необходима была консолидирующая политическая сила. И такой связующей силой всего российского общества, силой, обеспечивающей политическую стабильность и реализацию наших социально-экономических программ, стала партия «Единая Россия».*

Разворот идеологемы *руководящей роли партии* (консолидация общества — заслуга партии, решающей острые проблемы — социальные,

экономические, нравственные) в границах ставшей стандартной темпоральной схемы, насыщенной блоками полярных оценок, позволяет интерпретировать единство партии и народа как реальный факт.

Возвращаются организационные практики КПСС, а с ними и отдельные номинации, ставшие новоисторизмами. Например: *На прошлой неделе несколько «единороссов» высказались за то, чтобы снова разрешить партиям создавать партячейки — свои организации на предприятиях.* Партия вновь становится «старшим братом». Она выдвигает, например, идею формирования детской вертикали: *Школьные организации России будут объединены под эгидой «Единая Россия».* Партия по-отечески благодарит тех, кто способствует выполнению поставленных ею задач: *16 региональных СМИ сегодня получили награды от партии «Единая Россия» за информационную поддержку на выборах.*

Возрождение идеологемы *руководящей роли партии* наталкивается на интеллектуальное сопротивление: *Ставить сейчас государство и экономику под новый партийный контроль, на мой взгляд, было бы непростительной ошибкой. <...> Самое печальное, что страна снова начнет функционировать не в соответствии с нормальной логикой экономического развития, а повинаясь указам парткомов. <...> Другими словами, скатимся к парткратическому режиму (С. Станкевич). Ср.: Перед нами сосредоточение в одних руках партийной и правительственной власти. Однозначна аналогия с советской системой.*

Нередко формой идеологического сопротивления становятся прецедентные высказывания-советизмы, в том числе трансформированные: *Даешь парткомы!, Есть такая партия* (газетные заголовки).

**Идеологема вождизма.** Как было отмечено, идеологема *руководящей роли партии* реализуется в речи в тесном контакте с идеологемой *вождизма*. Слово *вождь* в текстах не употребляется. Его замещают собственное имя *Путин*, существительное *лидер* и сочетание *национальный лидер*: *В октябре Путин возглавил предвыборный список «Единой России».* Логичный следующий шаг — *возглавить саму партию.* <...> *И вот брошен термин «национальный лидер» (Г. Бовт).*

Мощная волна вождизма возникает в процессе агитации «за третий срок» (известно, что Конституция РФ определяла лишь два президентских «срока»). Повсеместно проводятся митинги (их стали называть *путингами*), звучат страстные призывы сторонников президента (их стали называть *запутинцами*) изменить Конституцию. Привычно воспринимается увещевание: *Все возможности будут задействованы, чтобы страной продолжил руководить Владимир Путин.*

Востребованным оказывается суггестивный жанр обращений и писем к Путину. Используется идеологический прием подхвата инициативы. Например: *Фракция «Единой России» на вчерашнем заседании приняла решение выступить с инициативой принятия обращения к Президенту Владимиру Путину; Свердловские парламентарии решили в форме «обращения» выразить народную поддержку политике Путина и таким образом выполнить главный наказ свердловских избирателей. Подобные обращения принимаются от имени народа, по его поручению: Люди высказывают свою оценку деятельности нынешнего Президента, радуются экономическим и социальным успехам в развитии государства и больше всего боятся потерять ту стабильность, которая появилась у них при Путине. Это обращение выражает народную волю.*

Превозносятся личные заслуги президента, его достижения. Для создания эффекта убедительности используется экскурс в недавнее прошлое: *Владимир Владимирович очень многое сделал для нашей страны. Вспомним, как жила Россия в 90-е годы: колоссальный спад производства, резкое снижение уровня жизни людей, многомесячные задержки с выплатой заработной платы, пенсий и пособий, огромная внешняя задолженность страны (Э. Россель). Говорят и пишут о реальных делах, созидательной деятельности президента. В соответствующих высказываниях, выражающих объективную реальную модальность, позицию действующего субъекта занимает собственное имя Путин (вариант — при Путине). Например: Путин кардинально изменил ситуацию в стране; Путин сумел консолидировать российское общество, обеспечить единство россиян по наиболее важным вопросам развития страны. Он дал надежду на лучшее всем гражданам России; Путин обеспечил усиление России на мировой арене; Путин обеспечил проведение самостоятельного внешнеполитического курса нашей страны, вернув России утерянные в 90-е годы лидирующие позиции в мировом сообществе; При Путине Россия встала с колен; При Путине регулярно проводится индексация пенсий, забыты хронические невыплаты зарплат и пособий. Ср.: *Я и моя семья при Путине стали жить лучше.**

Идеологема вождизма поддерживается также однотипными констатациями с именным сказуемым, характеризующим субъект: *Путин — настоящий лидер и гордость России; Владимир Путин — это стабильность, возможности и гордость; Путин — это будущее России.*

Формируется образ защитника (*Российский народ под надежной защитой Президента*), нашего руководителя, которому свойственны простота, скромность, отзывчивость: *Он такой же, как мы; Он стал сим-*

волом того периода, который позитивно оценивается большинством населения; Он сумел персонифицировать наши чаяния и чувства; Он — свой парень (высказывания участников дискуссии, развернувшейся в границах телевизионной программы В. Познера «Времена»).

Общественный резонанс получает письмо-обращение, подписанное З. Церетели, Т. Салаховым, А. Чаркиным, Н. Михалковым, в котором от имени всех представителей творческих профессий в России выражается надежда на продление пребывания Путина на посту главы Российского государства. В письме в высоких тонах, но с использованием стандартных сочетаний описываются заслуги президента в успехах страны: ...благодаря Вашим усилиям была достигнута социальная стабильность и прогресс, необычайно повысился авторитет нашей Родины во всем мире. Широко употребляются формулы повышенной значительности: Мы благодарим Вас за постоянную поддержку отечественного искусства и художественного образования; Мы высоко ценим Ваши огромные достижения во всех сферах жизни России. Восхваляются талант государственного деятеля, мудрая государственная политика президента и др.

Отклики «несогласных» на эту статью получили обобщение в одном из газетных заголовков — «Неуполномоченные мастера». Неприятие вызывает приписывание своих взглядов весьма широкому кругу лиц, замах на вполне советскую единодушную поддержку (М. Соколов). Кинорежиссер Станислав Говорухин, опубликовавший в «Известиях» статью «От себя лично», возмущается тем, что к нему не обратились с просьбой подписать письмо. Его тревожит возвращение практики составления обращений «от имени и по поручению...», но не содержание и тональность документа. Концовка статьи Говорухина трансформируется в жанр личного обращения: «... мне бы тоже хотелось обратиться к президенту В. В. Путину. Не от имени кого-то — от себя лично. Владимир Владимирович, помните о своей главной обязанности — выполняйте волю подавляющего большинства российских народов».

Развивается «всеобщая истерия»: ...хор уговаривающих президента остаться грозит в скором времени слиться в неразличимый верноподданнический гул (М. Соколов). Сообщается о многочисленных акциях поддержки президента в Петропавловске-Камчатском, Благовещенске, Волгограде, Ростове-на-Дону, Липецке и десятках других городов. В Магадане и Новосибирске народ вышел на улицу, невзирая на мороз и метель. В Грозном митинговали до 20 тысяч человек под транспарантами «Владимир Путин остановил войну в Чеченской Рес-

публике» и «Путин — гарант мира и стабильности на чеченской земле». Выдвигаются разного рода инициативы. Например: *Группа российских военных предложила присудить Владимиру Путину звание Героя России и наградить его орденом «За заслуги перед Отечеством» 2-й степени*. Распространяются уверения в исключительности, незаменимости действующего президента: *Только Путину по силам «оседлать волну» общественных настроений, основанных на формуле «социальная справедливость»*.

Эмоциональная кульминация — съезд движения «За Путина»: *Запутинцы вся Руси объединились 15 ноября в Твери («Московский комсомолец»)*. Адвокат Астахов, один из инициаторов этого съезда, заявил: *«Наше движение — беспартийное, вне политики, не нуждается в административном ресурсе. Мы абсолютно самостоятельны, в том числе в материальном плане. нас поддерживают инициативные группы в каждом регионе, в которые входят представители ведущих местных организаций»*. Взрыв безудержных чувств любви, всеобщее ликование — главная примета идеологии *вождизма*. «От всей души» на этом съезде обращались к Владимиру Владимировичу люди интеллектуальных профессий и так называемые представители простого народа — ткачиха из Иванова, доярка Агапова и др. Атмосфера подобоострастия побудила редактора «Новой газеты» назвать съезд «праздником холуйского послушания» — *холуином*...

Решение В. Путина возглавить список «Единой России» на выборах в Госдуму и стать председателем партии не редуцировало идеологему *вождизма*, но переключило ее в новое русло: идеологическое тождество *поддержка Путина — это поддержка «Единой России»* порождает лозунг «*За Путина*», который становится главным инструментом агитации. Нетрудно заметить, что вторая часть тождества («*Единая Россия*») поглощается первой.

В обращении губернатора Э. Росселя к жителям Свердловской области находим аргументацию этого лозунга, необходимую в сформировавшейся парадоксальной ситуации: предстоят выборы депутатов Госдумы, но Путин не является депутатом; Россель призывает голосовать за «Единую Россию», но Путин не является членом этой партии. Идеологический оксюморон преодолевается эмоциями веры и надежды, единым эмоциональным порывом-призывом.

Приведем опубликованный в «Областной газете» текст обращения, сохраняя шрифтовые выделения, с помощью которых на первый план восприятия выдвигаются опорные агитационные блоки:



2 декабря  
ЗА ПУТИНА!

**Уважаемые земляки!**

**2 декабря**

*мы с вами примем участие в главном политическом событии года — в выборах Государственной Думы Российской Федерации.*

*Эти выборы особые. Владимир Путин на съезде «Единой России» дал согласие возглавить список кандидатов этой партии. Президент объявил, что от результатов голосования за «Единую Россию» будет зависеть — останется ли он в руководстве страны.*

**Выборы депутатов Госдумы, по сути дела,  
переросли во всенародный референдум  
в поддержку Владимира Путина.**

*Мы, уральцы, выбор сделали. Свою поддержку мы отдаем нашему лидеру — Президенту России Владимиру Путину. Тем самым мы отдаем свои голоса за «План Путина». <...>*

*Средний Урал кардинально изменился за последние годы, созданы все условия для развития нашего любимого края. <...> Все это стало возможным благодаря экономической и социальной политике, которую проводил все эти годы Владимир Путин.*

**Сегодня мы говорим так:  
2 декабря мы голосуем за Путина!**

*Наша с вами задача, задача трудовых коллективов, общественных организаций, пенсионеров — рассказать своим коллегам и соседям о предстоящем референдуме в поддержку Владимира Путина и принять активное участие в голосовании.*

*Уральцы никогда не подводили своего Президента! Не подведут и сейчас!*  
**Уральцы за Путина!**

*Для передачи идеи единства народа и вождя в агитационной кампании используются и лозунги, построенные на игре корней: **Нам по пути!; Все путем!** Официальная точка зрения поддерживается и дополняется личностной. Газеты публикуют личные письма граждан, исполненные благодарности, любви и веры: **Да, пенсионерам и сегодня живется не сладко, и до настоящего благополучия нашему обществу еще работать и работать. Но Москва не сразу строилась. Главное — не сидеть на месте. Именно к этому призывает нас Путин. В моем сердце поселилась вера. Я поверил в его реформы. Я вдруг понял, что мы стали забывать о том времени. От черных мыслей я решил отказаться раз и навсегда.***

*Я буду голосовать за Путина, за его план <...> (Василий Никифоров, Нижний Тагил).*

Множатся акции поддержки президента. В агитационную кампанию включается молодежь: *Тысячи молодых людей в ярких футболках и галстуках, с раскрашенными лицами и с российскими флагами в руках снимались... нет, не на фоне Пушкина, а на фоне Путина. <...> В тысячи глоток они пели свой гимн: «А в чистом поле система “Град”. За нами Путин и Сталинград!»* (И. Петровская. Известия). На одном из форумов в Екатеринбурге гостей встречали ребята из «Молодой гвардии»: *Одетые в яркие белые куртки юные партийцы размахивали российскими флагами. Всем гостям форума они раздавали флажки поменьше. Сообщается, что в работе форума приняли участие руководители производств, ветераны, деятели культуры. Выступивший в этот волнующий день губернатор Россель сказал: «Мы все должны четко осознать — после этого решения Президента выборы депутатов Госдумы становятся всенародным референдумом в поддержку Владимира Путина».*

Идеологическая субституция, используемая в лозунге *Выборы в Госдуму — всенародный референдум в поддержку Путина* становится стержнем политической агитации. В Екатеринбурге, например, тиражируют своеобразную инструкцию «Как голосовать за Путина», в которой сочетание *Путин и «Единая Россия»* трансформируется в имя лидера партии:

***Приди 2 декабря на избирательный участок,  
возьми избирательный бюллетень  
и попади в «десятку»!***

***Путин и «Единая Россия»  
в избирательном бюллетене  
под номером 10.***

***Номер 10 я отмечу,  
Президенту «да» отвечу!***

Результаты выборов характеризуются как выполнение *наказа, совета, просьбы, поручения, задания* президента, призвавшего голосовать за «Единую Россию», расцениваются как свидетельство поддержки вожда народом: *Выборы Госдумы России стали своего рода референдумом доверия Владимиру Владимировичу Путину. Россияне поддержали своего лидера. Задание Путина выполнено!* При подведении итогов выборов в Госдуму выстраивается параллель: *«Единая Россия» — лидер по всем направлениям; Путин — наш национальный лидер. Ср.: Мы сохраним за*

*Путинным статус национального лидера* (газетный заголовок). Так подготавливается развитие идеологемы *вождизма*.

Следующая волна *вождизма*, действительно, возникает в период выборов Президента РФ. Известно, что В. Путин выдвинул кандидатуру Д. Медведева, которая была поддержана «Единой Россией», рядом других партий («Справедливая Россия», «Аграрная Россия», «Гражданская сила») и их лидеров (последних стали называть *предлагантами*). Со своей стороны будущий преемник выступил со «встречной инициативой»: *«Считаю принципиально важным для нашей страны сохранить на важнейшей должности в исполнительной власти, должности председателя правительства Российской Федерации, Владимира Владимировича Путина»*. В СМИ подчеркивалась поддержка этого предложения: *«Не прошло и часа, как все парламентские партии (за исключением коммунистов), главы регионов и религиозные деятели начали наперегонки поддерживать предложение Медведева так же единодушно, как днем ранее они одобрили его выдвижение в президенты* (В. Иванов. Известия). Продолжается восхваление нашего Президента: *«Скоро Владимир Путин покидает пост Президента России. Прямой, открытый, благородный — такой он, наш национальный лидер. Человек, вписавший в историю великой страны восемь удивительных лет своего правления* (Областная газета).

Активно используются агитационные практики, апробированные на выборах в Госдуму. Снова создается движение поддержки Путина. Сообщается, например, что дальневосточные студенты создали *новое молодежное движение «Студенты за будущее России вместе с Президентом»*. Идеологемы *готовности и поддержки*, соединяясь, оформляются в идеологему *готовности поддержки* (в данном случае — Медведева, выдвинутого Путинным кандидатом в Президенты РФ). При введении в речевой оборот синтагмы *Путин и Медведев* жестко соблюдается порядок следования имен собственных: *«Мы готовы воплощать в жизнь инновационные перспективные проекты вместе с Путинным и Медведевым»* (студент Александр Кайданович). Подобная синтаксическая конструкция создает возможность замены ее второго члена при условии сохранения смысла ‘соратник президента, осуществляющий его указы’. В агитационном пространстве Свердловской области, например, функционирует синтагма *Путин и Россель*: *«Для меня Путин — Россель и голосование за них ... это прежде всего поддержка намеченных планов дальнейшего развития страны. <...> Россия должна быть сильной державой, поэтому, конечно, я проголосую за предложение Владимира Путина»* (гене-

ральный директор Первоуральского динасового завода). Лозунг *Верьте Президенту России Владимиру Путину и губернатору Эдуарду Росселю!* находит «горячий» отклик уральцев: «В общем, налаживается наша жизнь. И, думаю, дело и дальше будет идти в гору, если мы поддержим нынешнего Президента. Лично я сейчас точно знаю, за кого буду голосовать, потому что верю Президенту Путину и Губернатору Росселю» (из письма читательницы «Областной газеты»).

Наблюдается и дистантное расположение ключевых собственных имен, позволяющее подготовить актуализацию синтагмы *Медведев и Россель*, а также неперсонализированного сочетания *Президент РФ и губернатор Свердловской области*. Например:

Владимир Владимирович выстроил внутреннюю и внешнюю политику России таким образом, что она и понятна всем, и выполняется неукоснительно. Если судить по нашему Шалинскому городскому округу, то можно увидеть много такого, о чем раньше мы могли разве что мечтать. Возьмем, к примеру, природный газ. Нам много раз обещали построить газопровод. И вот теперь состоялся конкурс на строительство газовой магистрали. Сейчас ведутся проектные работы. А все началось с того, что в минувшем году губернатор Свердловской области Эдуард Россель, будучи в Шале, пообещал оказать помощь в сооружении газопровода в нашем лесном краю. А ведь Эдуард Эргартович всецело поддерживает политику, проводимую Владимиром Владимировичем Путиным. <...> Конечно, я бы хотел голосовать непосредственно за Владимира Владимировича Путина, поскольку считаю, что лучшего на данном этапе Президента у России быть не может. Но Конституция есть Конституция... Дмитрий Медведев, как мне представляется, тоже твердо стоит на ногах. Полагаю, он справится.

Приведенный в сокращении текст публикуется «Областной газетой» под заголовком «Голосовать буду за политику Путина» с указанием «паспортных данных» адресанта: Так сказал в беседе с корреспондентом «Областной газеты» по телефону житель деревни Сылва, что в Шалинском городском округе, пенсионер Василий Иванович Шешенин.

Та же газета знакомит читателей с мнением семнадцатилетней Юли Марковой из села Яр Тугулымского района, которая адресует президенту Путину слова любви, признательности, беззаветной веры:

Путин стал невероятно популярным — любимцем миллионов людей от мала до велика. Наверное, нелегко управлять страной. Управлять вообще нелегко, а такой огромной страной, как наша Россия, — подвиг. Главной заслугой Путина я считаю повышение статуса нашей державы за рубежом. Отношение к России существенно изменилось за последние несколько лет. За это Владимиру Владимировичу большое патриотическое спасибо. Поэтому так

*грустно оттого, что он уходит. Сейчас много говорят о преемственности. На мой взгляд, это правильная политика. Кто знает, сколько еще великих дел запланировали свершить Путин и его преемник Дмитрий Медведев.*

Нельзя не заметить характерную для языка советской эпохи атрибутизацию формулы благодарности. Советизм *большое человеческое спасибо* трансформируется в *большое патриотическое спасибо*. Эта трансформация позволяет интерпретировать голосование за Медведева как патриотический поступок.

Очевидная нелогичность агитационных построений отрицается с опорой на идеологему *вождизма*: Путин заслужил право выбора преемника; выбор Путина — это выбор народа, поэтому саму процедуру выборов следует признать демократической:

*Даже самые непримиримые критики Владимира Путина признают, что он пользуется огромной поддержкой сограждан. Граждане России трижды вручали ему мандат на власть — в 2000 и 2004 гг. на выборах президента и в 2007 г — на думских выборах, ставших «референдумом о доверии Путину». Этот «референдум» также санкционировал его право выдвинуть преемника на президентском посту. Все выборы были прямыми, равными и свободными, проводились в положенные сроки. Дмитрий Медведев избирается в аналогичных условиях. В этой связи никакой дискуссии о демократичности российской власти не может быть по определению (В. Иванов. Известия).*

Как видим, отстаивается догматическая «цепочка ходы мысли» [Матвеева 1990: 159]: *Голосуя за Медведева, мы голосуем за нашего национального лидера Путина, за те достижения, которые стали epochальными для страны. Подобная догма используется и при подведении спроецированных на выборы в Госдуму итогов выборов Президента РФ: В самом деле, проголосовав за Путина и «Единую Россию», за Медведева, россияне проголосовали в первую очередь за преемственность. За продолжение властного курса. За сохранение и преумножение его достижений. Прогнозирование будущего также опирается на связанную с конкретным лицом идеологему вождизма и вмонтированные в нее прагмоидеологические концепты курс/план Путина: «Курс, который мы выбрали, будет продолжен» (из выступления В. Путина на Красной площади перед концертом, приуроченным к завершению голосования по выборам Президента РФ).*

Непосредственно после подсчета голосов активизируются высказывания, передающие модальность возможности и включающие номинации типа *путинско-медведевский курс, путинско-медведевская эпоха*

(с препозицией элемента *путинский*): *Россия продолжает идти путинским курсом. Продолжается путинская эпоха. Уже, правда, говорят о путинско-медведевском курсе. Когда-нибудь, вероятно, и эпоху назовут путинско-медведевской.* В любом случае это один курс и одна эпоха.

Собственно агитационная функция идеологемы *вождизма* прослеживается в тенденции к употреблению собственного имени *Медведев* без поддержки опорного имени *Путин*. Так, в тексте «Обращения губернатора Свердловской области Эдуарда Росселя к жителям Среднего Урала» употребляется только антропоним *Медведев*. Идеологема *вождизма* передана косвенно — с помощью ключевых слов и сочетаний, составлявших каркас плана *Путина*: *курс, стабильность, дальнейшее развитие экономики, улучшение жизненного уровня людей, мир и согласие*:

*Уважаемые жители Свердловской области! 2 марта уральцы вместе со всей страной участвовали в выборах Президента Российской Федерации. Избиратели Свердловской области, как всегда, были на высоте и вновь подтвердили свою высокую ответственность и четкую гражданскую позицию. По предварительным данным, около 60 процентов уральцев приняли участие в голосовании, и почти 70 процентов из них поддержали кандидата в Президенты России, выдвинутого партией «Единая Россия», — Дмитрия Анатольевича Медведева. Благодарю вас за активное участие в выборах, за то, что Свердловская область еще раз убедительно подтвердила звание «опорного края державы». Дмитрий Медведев — это стабильность и уверенность, это дальнейшее развитие экономики России и Свердловской области, это крупные социальные проекты, улучшение жизненного уровня людей, гражданский мир и согласие в обществе.*

Анализ идеологем *руководящей роли партии* и *вождизма* приводит к выводу о парадигматическом принципе использования советского идеологического кода, актуализации советского лексикона и советских агитационных технологий. Опорным идеологическим смыслом, как и в период функционирования русского языка советской эпохи, соответствуют стереотипные формы языкового выражения. Последние характеризуются стандартизованностью, регулярностью, письменной закреплённостью, тиражированностью.

Существенное отличие нынешней ситуации от советской заключается в допуске сопротивления. Идеологическое пространство сегодня наполнено игровыми, в том числе ироническими, высказываниями и текстами. Так, например, на последней странице газеты «Правда» в период выборов в Госдуму публиковались «анекдоты от Зюганова», развенчивающие, в частности, две базовые идеологемы агитационной кампании. Например:

*На прошедшем съезде «Единой России» была принята новая идеологическая программа — «Сувенирная демократия».*

*Обнародована и предвыборная программа партии:*

*1. Сделать людей богатыми и счастливыми.*

*2. Список людей прилагается.*

*Теперь уже окончательно ясно, что Пушкин — это наше все, Церетели — это наше везде, а Путин — это наше навсегда.*

*Путин: Останься на третий срок, измени Конституцию... Достали! Назначаю коронацию на четверг!*

В федеральных газетах, в частности в «Известиях», встречаются иронические выпады против КПРФ и ее лидера. Например:

*Радует, однако, возвращение КПРФ на путь политкорректности. Первоначально одобренный цэковским жюри призыв «Лучше быть красным, чем голубым» теперь исчез. Очевидно, в ЦК решили, что довод «коммунистические содомиты» не в полной мере раскрывает преимущества марксистско-ленинского учения. Впрочем, сходная унылость наличествует и в новых лозунгах. «Лучше социализм, чем дикий капитализм» содержит в себе пресуппозицию «даже социализм — и то лучше», что есть странный образец наступательной идеологии (М. Соколов. Известия).*

Объектом иронии выступает также правящая партия: «ЕР» чего только не придумала, чтобы до конца думской кампании сохранить интригу вокруг предвыборного лозунга, суть которого в том, что после окончания президентского срока Путин «весь не уйдет», а сохранит влияние (М. Соколов). Объектом иронии становится фальшь идеологической пристрастности телеаналитиков:

*Вслед за этим он [ведущий программы на НТВ «Реальная политика»] сдлакает любимого конька, и взор его просветляется. Описывая всемирно-историческое значение В. В. Путина, Павловский заявляет буквально следующее: «Бытовая, совсем не торжественная речь Путина стала для России голосом Левитана, голосом, сила которого превышает реальную военную и мировую мощь». И о свободе: «Путин только что сделал самое сильное из возможного для русского подтверждения преданности свободе. Путинский манифест свободы — новый президент Дмитрий Медведев!» Звучат те самые — программные — слова «манифеста»: «Свобода — лучшие несвободы». Да, это действительно похоже на прощание Павловского с «Реальной политикой». До лучших времен, пока окончательно не определится, какой из каналов и какому из президентов (новому или старому) предан, да и вообще — какие у нас времена (И. Петровская. Известия).*

Ирония наличествует и в радиоэфире. Например, игра корнями прослеживается в анонсировании оппозиционной программы Виктора Шен-

деровича: *В субботу, в 9 вечера, слушайте «Плавденый сырок» — сплавляем Президента* (радиостанция «Эхо Москвы»).

Позволительность идеологического сопротивления снижает степень воздейственности политической агитации.

Нами были рассмотрены высказывания и тексты, функционирующие в период агитационных предвыборных кампаний 2007–2008 годов. Комплексность реализации идеологием, как показывает речевой материал, задается фактором событийности. Фактор событийности является объективным. В частности, любая предвыборная кампания основывается на определенном идеологическом фундаменте и, следовательно, требует разработки идеологием, соответствующих «повестке дня». Всплеск советского, по всей вероятности, связан с «левым поворотом» российского мировоззрения.

Обращает на себя внимание активизация ментально одобряемых системообразующих идеологием *единства/единения/консолидации, державного патриотизма* (и, соответственно, *державного пафоса*), *национальной гордости, победоносности, справедливости, достижений, достойного будущего*. Параллельная эксплуатация собственно советских идеологических конструкторов *руководящей роли партии, вождя и вождизма* обуславливает возвращение в речевой оборот советизмов, обозначающих социалистические ценности. В готовом и трансформированном вариантах в тексты внедряются речевые формулы, обозначающие *заслуги партии, вождя (лидера) перед государством и народом; единство партии/вождя (национального лидера) и народа; единство партии и правительства; единодушную всенародную поддержку партии и национального лидера; исключительность, незаменимость действующего лидера*. Советской традиции соответствует также семиотически выверенная технология «возбуждения и утоления страстей» (М. В. Ломоносов): любви, обожания, восхищения, беззаветной веры, надежды, справедливости. Сильный эмоциональный выброс позволяет манипулятивно использовать идеологические оксюмороны и субституции, успешно внедрять догму *единственно возможного/правильного выбора*.

Отмеченные в ходе анализа три тенденции — тенденция к «левому повороту», способствующая стиранию различий между политическими субъязыками, тенденция к возрождению темпорального схематизма, сопровождающаяся аксиологической поляризацией, тенденция к системной разработке блоков идеологием — создают предпосылки для формирования единой государственной идеологии.



# Ностальгия по советскому прошлому

*А. Мустайоки*

Ностальгия является общечеловеческим чувством. Мы ее порой испытываем, но определить ее все равно непросто. Для начала попытаюсь затронуть сущность этого загадочного явления. На мой взгляд, можно выделить некоторые обязательные характеристики ностальгии.

Человек испытывает ностальгию по определенному объекту ( $X$ ) в определенных ситуациях:

1.  $X$  в данный момент отсутствует.

В этом случае вряд ли можно сказать *\*Петровы испытывают ностальгию по новой машине, которую они только что купили.*

2.  $X$  находится не слишком далеко и не слишком близко, чтобы вспоминать о нем.

Отрицательные примеры здесь, пожалуй, менее очевидны. Выражение *ностальгия по Римской империи* звучит не совсем естественно без особого пояснительного контекста. Ссылка на близкое прошлое противоречит семантике выражения. Вряд ли поэтому можно сказать *\*ностальгия по вчерашнему концерту.*

3.  $X$  входит в прошлое данного человека или в коллективную память данного общества.

Каждый человек имеет свою сферу потенциальных предметов и явлений, по которым ностальгические чувства, в принципе, возможны. Наряду с этим индивидуальным уровнем наличествует социальный: исторические периоды, явления и события сохраняются в коллективной памяти общества и выступают как потенциальные объекты ностальгии.

4. Отрицательные стороны  $X$  забыты, положительные выдвигаются на передний план.

Сравним, например, конструкции *вспоминать с ностальгией* ~ *вспоминать с горечью*. Нормальное прочтение первой конструкции вызывает хотя и тоскливое, но положительное отношение к *X*. Этот коннотативный оксюморон составляет специфику значения лексемы *ностальгия*.

5. Говорящий считает, что *X* в прошлом был лучше, чем есть сейчас, по крайней мере по данному параметру

Эта характеристика связана с предыдущей, но здесь важным элементом является сопоставление с тем, что окружает людей в настоящее время.

6. Говорящий понимает или чувствует, что к *X* нет возврата.

Это, на мой взгляд, важное составляющее значения. Именно удаленность *X* и его невозвратимость делают возможным не вполне реалистическое отношение к нему. Происходит идеализация прошлого, которое сравнивается с реализмом настоящего.

Ностальгия не могла остаться вне поля зрения ученых. О ней пишут социологи, психологи, литературоведы; патологические случаи исследуют психиатры. Поисковая система **Google Scholar**, содержащая только научные тексты, дает на слово *nostalgia* больше 100 тыс. ссылок. На русское слово *ностальгия* ссылок, конечно, намного меньше, 2 500. Это немало, если учесть, что покрываемость русских текстов в системе сравнительно мала.

Мне кажется, что при изучении ностальгии следует различать три подхода в зависимости от того, как ностальгия проявляется:

- как чувство, которое испытывает человек;
- как чувство, которое выражается от первого лица словами или другими средствами коммуникации;
- как описание такого чувства словами наблюдателя.

Первый подход к изучению ностальгии интересует психологов и психиатров. Они стараются выяснить, как ностальгические чувства влияют на психику людей или, наоборот, как психическое состояние человека влияет на проявление ностальгии. Второй подход уже ближе к языку и к лингвистам. В своей диссертации Санна Турома [Turoma 2008: 59] приводит любопытный пример такого типа, рассматривая цитату из «Watermark» Иосифа Бродского: «In the unlikely event that someone's eye followed my white London Fog and dark brown Borsalino, they should have cut a familiar silhouette. The night itself, to be sure, would have had no difficulty absorbing it. Mimicry, I believe, is high on the list of every traveler, and the Italy I had in mind at the moment was a fusion of black-and-white movies of the fifties and the equally monochrome medium of my métier».

В своих рассуждениях Турома приходит к заключению, что Бродский выражает этим пассажем, с одной стороны, ностальгию по идеальной поездке в Италию, а с другой — ностальгию иного порядка, а именно ностальгию по ностальгии, испытанной автором в молодые годы. С точки зрения классификации разных подходов к изучению ностальгии здесь существенно то, что испытывающий ностальгию человек выражает свои чувства от первого лица, но не употребляет слово *ностальгия*. Третий подход отражает точку зрения наблюдателя-комментатора, который толкует отношение *X* к какому-либо событию или явлению как ностальгию.

Обсудив некоторые общие вопросы определения ностальгии, перейдем к основной части нашей работы. Мы используем третий подход, т. е. рассматриваем высказывания, в которых эксплицируется ностальгия современных русских по каким-либо элементам советского прошлого. Я буду опираться на отобранный мною языковой материал — корпус, как принято говорить в лингвистике [Копотев, Мустайоки 2008]. Используемый корпус составляют высказывания из газет и журналов, извлеченные из базы данных Интегрум. Как показывает ряд уже опубликованных работ [Mustajoki 2006; Мустайоки, Вепрева 2006; Мустайоки, Стексова 2008; Мустайоки, Russinén 2008], Интегрум предоставляет уникальный по объему и содержанию материал. Хотя большой материал дает, в принципе, возможность применения количественных методов, это нецелесообразно при изучении явлений, критерии классификации которых оказываются расплывчатыми. Именно поэтому я придерживаюсь «умеренного количественного подхода», включая в рассмотрение только такие случаи, которые повторяются минимум десятки раз, так что речь идет не о случайных индивидуальных представлениях. Иллюстрации отобраны из 450 примеров, которые попали в более подробный анализ из общего массива, содержащего 4 тыс. контекстов.

Объектом ностальгии нередко являются разные явления **советской культуры**. Особенно часто ностальгию вызывают советское кино (см. далее примеры 1–3) и эстрадная музыка (3–7), а также другие явления (8–10). Как показывают первые два примера, ностальгия проявляется, когда необходимо сопоставить современность с советскими временами: это возвращение в прошлое. Пример 3 примечателен тем, что в нем ностальгические чувства интерпретируются в границах оппозиции *столица — провинция*: в центрах советское время быстрее заменяется новыми веяниями, чем на периферии. Это соответствует данным социологических исследований [Nikolayenko 2008].

1. Евгений Звездаков говорит, что для него «Кавалеры Морской Звезды» — это как бы легкая ностальгия **по старому советскому кино** (Культура. 2005. 3 марта).

2. «Смешарики» — это ностальгия по лучшим **советским мультфильмам**, мягкая добрая детская история (Новые известия (Москва). 2004. 28 мая).

3. Отчетливо проявляется ностальгия **по советскому кино, эстраде** — их в провинциях ценят больше, чем в мегаполисах (Московская правда. 2004. 14 мая).

4. Наверное, многие из пришедших в Светлановский зал испытали чувство ностальгии **по хорошей советской песне**, неповторимая мелодичность которой волнует до сих пор (Культура. 2008. 29 мая).

5. Мы сегодня скорее другим покоряем — ностальгией **по советской песне**, по той стилистике, которая (может быть, на волне моды) возвращается вновь (Слово. 2004. 24 мая).

6. Чувствую, что у многих россиян есть ностальгия **по советской эстраде** (Подмосковье-Неделя. 2008. 23 апр.).

7. Слушателям, которым близка ностальгия **по советским музыкальным шлягерам**, предлагается освежить в памяти танцевальные хиты в исполнении Боярского, Пугачевой, Антонова, Ротару и других звезд советской эстрады (Московский комсомолец. 2002. 7 мая).

8. Премьера оперы «Так поступают все» на Зальцбургском фестивале вызывает ностальгию по двум историческим феноменам — **по чудесным оперным постановкам Джорджо Стреллера** и **по богатым голосам Советскому Союзу** (Время новостей. 2004. 4 авг.).

9. В результате вот уже второй год время начала зимы просто-таки наполнено материализованной ностальгией **по всему художественному советскому**: сначала случается ярмарка на Тешинке, за ней — вернисаж на Крымском Валу (Газета (Москва). 2005. 25 нояб.).

10. Иногда во мне просыпается ностальгия **по советскому телевидению**, в котором при всех минусах было очень хорошее качество, абсолютно утраченное сегодня, — сентиментальность (Новая газета. 2006. 2 нояб.).

Ностальгические чувства устойчиво вызывает **советский спорт**. Любопытно, однако, что основная масса примеров относится к хоккею (11–12). Другие виды спорта встречаются в качестве объектов ностальгии намного реже. Причем, как правило, выражается чувство ностальгии не по высокому уровню выступлений, а по советским сборным, объединявшим спортсменов разных республик, по чемпионатам Советского Союза, в рамках которых встречались команды союзных республик (13).

11. Линия обороны ярославцев... а в нападении игра ударной тройки Вячеслав Буцаев — Вадим Шахрайчук — Андрей Коваленко всякий раз вызыва-

ет у болельщиков ностальгию **по золотому веку советского хоккея** (Время новостей. 2002. 22 марта).

12. Глядя на игру нынешнего «Спартака», многие с ностальгией вспоминают **времена прежнего советского комбинационного и романтического хоккея** (Московские новости. 2001. 16 окт.).

13. Как думаете, не приведет ли эта ностальгия многих **по советскому футболу** к созданию межгосударственных спортивных структур? (Российская газета. 2006. 8 июня).

Мы задались вопросом: можно ли найти примеры ностальгии, касающиеся науки и технологий? Они есть, но по количеству эта группа высказываний явно уступает предыдущим. К тому же конкретные объекты, по которым люди испытывают ностальгию, различаются по степени абстракции (14–16).

14. Старые кадры сейчас с ностальгией вспоминают **«золотой век» советской геологии**, когда на разведку, разработку и добычу полезных ископаемых деньги тратились с размахом (Российская газета. 2003. 17 окт.).

15. В риторике Виктора Антоновича довольно часто слышится ностальгия **по золотым временам советской науки** (Профиль. 2001. 28 мая).

16. Известно, что, несмотря на модную ныне ностальгию о «высочайшем уровне» **советской науки**, на самом деле все было далеко не так (Еврейское слово. 2004. 4 авг.).

Немало высказываний, отмеченных ностальгическими чувствами по **советской школе** или, шире, по **образованию**. Пример 18 любопытен тем, что в нем употребляется глагол *страдать*. К вопросу о положительной или отрицательной оценке ностальгии я вернусь в конце статьи.

17. Специальный корреспондент Андрей Колесников убедился в том, что членов совета одолевает искренняя и сильная ностальгия **по системе советского образования** и они намерены сделать все от них зависящее, чтобы вернуть ее к жизни (Коммерсантъ. 2005. 26 окт.).

18. Некоторые учителя, работники образования *страдают ностальгией по советской школе* (Учительская газета. 2001. 12 июня).

Если в рассмотренных выше примерах в качестве объектов ностальгии представлены разные сферы советской жизни, то следующая группа высказываний касается конкретных символических предметов советского времени: торговых стандартов (19), знака качества (19–20), а также флага (21), гимна (22). Такое ностальгическое чувство можно считать серьезным симптомом уважения к стране и обществу, имевшему эту символику. Однако возможны и высказывания юмористического характера, как в примере 23.

19. Многие испытывают ностальгию по советским ГОСТам и знаку качества (Аргументы и факты. 2006. 3 мая).

20. Впрочем, речь идет не только о ностальгии по советским знакам качества (Газета (Москва). 2006. 8 февр.).

21. Есть какая-то ностальгия по старому советскому флагу (Время-MN. 2001. 18 авг.).

22. Когда его исполняют, я испытываю ностальгию по советскому гимну, связь чувствуется и в мелодическом выражении, и в словах (Коммерсантъ-Власть. 2006. 13 марта).

23. Единственное «но»: может возникнуть ностальгия по советским авоськам (Россия. 2001. 20 июня).

Далее следуют случаи, в которых объектами ностальгии являются приметы **повседневной советской жизни**, коллективные культурные практики. Это общие воспоминания (24) или частности, вызывающие память о тех временах (25–28): не только школьные формы были наряднее, но также бани и шутки были лучше. Пример 29 примечателен тем, что в нем вспоминаются одновременно и трудные условия в советских больницах, и бесплатное медицинское обслуживание.

24. И не случайно сегодня, несмотря на разгул пещерного антикоммунизма в СМИ, у многих, в том числе и у молодежи, растет ностальгия по Красному флагу, по СССР, **советскому образу жизни** (Правда-КПРФ (Москва). 2005. 21 июня).

25. Оказывается, директора большинства уральских школ тоже испытывают ностальгию **по советским временам**, когда мальчики и девочки ходили в одинаковых костюмах (Время-MN. 2000. 25 февр.).

26. Вообще в нравственных и семейных ценностях этих россиян заметна ностальгия **по коллективизму**, советским временам (Гудок. 2007. 27 авг.).

27. Сегодня остатки **советских бань** (например, снятые Вороновым в Балашихе) вызывают щемящий приступ ностальгии (Новые Известия. 2008. 9 апр.).

28. На многих телезрителей невольно накатывает ностальгия **по глубоким шуткам советского периода**, потому что нынешние выше пояса не поднимаются (Трибуна (Москва). 2004. 18 марта).

29. С ностальгией вспоминаются **советские времена**, когда простому трудящемуся приходилось порой лежать в больничном коридоре, но зато бесплатно (Независимая газета — Круг жизни. 2000. 15 сент.).

В сфере питания, кроме общих упоминаний о ней (30–32), в качестве объектов ностальгии, как можно ожидать, выступают колбаса и мороженое. Здесь у меня есть личные воспоминания. Я прекрасно помню эти продукты со времен стажировки в Ленинграде и нисколько не удивля-

юсь ностальгическим чувствам по отношению к ним. Особенно яркие впечатления остались у меня от наслаждения есть мороженое на улице в сильный мороз. В то время я еще не знал, какое важное место мороженое занимает в русской культуре [Протасова 2008].

30. *Вкус незабываемый — вызывает ностальгию по советскому обществу* (Комсомольская правда. 2003. 16 авг.).

31. *Для страдающих ностальгией по домашней кулинарии советских времен в Госдуме предусмотрен особый буфет* (Московский комсомолец. 2003. 31 марта).

32. *Совершенно неожиданно смена предпочтений пробудила ностальгию по советской еде и выпивке* (Российская газета. 2001. 26 янв.).

33. *Многие до сих пор с ностальгией вспоминают советскую колбасу* (Московский комсомолец. 2004. 7 дек.).

34. *Сегодня появилась ностальгия по прежним вкусам «советского» мороженого* (Оптовик. 2001. 25 июня).

При советской власти, однако, не только было вкусное мороженое, но и существовал тоталитарный режим. Сегодня, во времена общего распада нравственных норм (по крайней мере, так думает пожилое поколение, и не только в России), неудивительно, что у многих людей появляется ностальгия по эре, когда в стране еще царствовали **дисциплина и порядок** (35–38).

35. *Растет ностальгия по «советским порядкам», учащаются призывы к «жесткой руке», идет апология «тов. Сталина»* (Аргументы и факты. 2004. 10 марта).

36. *Наши западные партнеры, которые тогда утверждали, что нам не хватает демократии, в 90-х годах с ностальгией вспоминали прежние советские порядки* (Валютный спекулянт. 2002. 17 июня).

37. *Для некоторых Сталин — олицетворение их ностальгии по безопасности советских времен* (Дуэль (Москва). 2000. 12 дек.).

38. *Честное слово, с ностальгией вспоминаешь советскую цензуру* (Труд-7. 2004. 15 апр.).

На фоне характера общественных дискуссий в нынешней России неудивительна регулярность ностальгических упоминаний о **советской империи** (39–41):

39. *Очереди лучшие социологических опросов показали силу ностальгии по советской империи и любви к власти* (Ведомости. 2006. 29 дек.).

40. *Давнее-то давнее, однако агрессивная ностальгия по утраченной советской империи, оправданность и необходимость любых шагов по восстановлению этой империи в том или ином, хотя бы усеченном, виде сегодня усиленно внедряются в сознание людей* (Знамя. 2007. 15 апр.).

41. *Сегодня же я замечаю в российской внешней политике некоторую ностальгию по советским границам, по территориям, входившим в Варшавский договор* (Новая газета. 2007. 4 окт.).

Естественно, ностальгические чувства вызывает Советская армия, особенно у военных (42–44):

42. *Ностальгию наших генералов и адмиралов по великой Советской армии, оказывается, разделяет сегодня половина населения страны* (Время новостей. 2000. 5 сент.).

43. *Египетские военные с ностальгией вспоминают военную технику советского производства* (Гудок. 2005. 27 апр.).

44. *Практически все офицеры старшего поколения с ностальгией вспоминают времена Советской армии* (Красная звезда. 2000. 29 марта).

Описанная выше тематика связана с единством Советского Союза и дружбой между народами (45–47). Мне кажется, что сложные политические отношения современной России с Украиной и прибалтийскими странами не могут не вызывать такие чувства.

45. *Но в его «Жаворонке» ясно видна ностальгия по мирному единству Советского Союза, по тем очевидным удобствам, которые давало населению это единство как в материальном, так и в духовном смысле* (Независимая газета — НГ Ex Libris. 2001. 8 мая).

46. *Но если так — почему все, с кем я разговаривал, испытывают искреннюю ностальгию по советской «дружбе народов»?* (Московские новости. 2002. 5 нояб.).

47. *Возможно, моя симпатия к украинской сборной вызвана ностальгией по тем временам, когда был единый Советский Союз и была общая сборная, в которой вместе выступали русские, украинцы, грузины...* (Новые Известия. 2006. 29 июня).

Подведем некоторые итоги. Примечательно то, что чаще всего слово *ностальгия* появляется в повествовании, в рассказе о том, как думают «они». Весьма редки примеры из диалогической речи. Они встречаются только в ситуациях официальных интервью, в которых известные политики, артисты, спортсмены говорят не от себя, а о себе как официальных лицах. Эти люди вряд ли используют слово *ностальгия*, когда они разговаривают с домочадцами за завтраком или парясь в бане. Таким образом, экспликация ностальгических чувств через слово *ностальгия* более свойственна официальным коммуникативным ситуациям, вторичным, а не первичным жанрам.

Конкретные проявления ностальгии по Советскому Союзу и советскому прошлому достаточно разнообразны. С целью обобщения приве-



денных примеров выделяю на их основе более общие субтемы. Испытывают ностальгию 1) по **большим достижениям** (например, «золотой век советской геологии»); 2) по **отдельным деталям жизни** («разговоры на кухне», «шутки»); 3) по **государственности**, точнее, по государству, которое заботится о нуждах народа («бесплатная медицина», «бесплатное образование»); 4) по **характеру внутрисоциальных отношений** («коллективизм», «мирное единство», «дружба»); 5) по **статусу великой державы** («империя», «армия»); 6) по **особым достижениям культуры** («кино», «балет»). Многие высказывания позволяют выявить одновременно более одной субтемы. Например, ностальгия по **общепиту** отражает и заботу государства о гражданах, и особое культурно-бытовое явление. Соответственно советский хоккей — символ не только больших достижений, но и особого стиля игры. Флаг символизирует, пожалуй, все эти субтемы.

Мы выяснили на конкретных примерах, как проявляется ностальгия по Советскому Союзу. Зададимся вопросом: как нужно относиться к этому распространенному явлению? Здесь очевидны две стороны — положительная и отрицательная. Начнем с первой. Олена Николаенко отмечает, что «historical memory is a vital component of nation — and state-building processes» [Nikolayenko 2008: 243]. Далее она констатирует, что «the reproduction of historical memory is most important and most susceptible to change in times of social turmoil. A shared understanding of the past helps citizens make sense of the present and envision the future» [Ibid: 244]. Ностальгию как проявление исторической памяти можно охарактеризовать словами Евгения Новикова: «Как бы мы ни относились к советскому строю, разве можно не умиляться, вспоминая себе наше детство и юность и разве можно представить их вне советского строя?» [Новиков 2006]. Мне кажется, что многие примеры, свидетельствующие о ностальгии по советскому спорту, культуре, школе носят именно такой характер. Отдельный индивидум может испытывать гамму разнородных, порой острых ностальгических чувств, но для общества в целом это достаточно безобидно.

Ностальгия выступает также как настоятельная потребность вернуть прошлое. В таком случае она может иметь более серьезные последствия. Исследователи знаменитого Массачусетского технологического института (MIT) видят в такой ностальгии препятствие к демократизации России [Mendelson, Gerber 2005]. По моему мнению, имеется в виду ностальгия по временам, когда еще существовал Советский Союз — с огромной территорией, мощной армией и высоким статусом в мировой политике.

В ностальгии по сверхдержаве можно заметить потребность возвращения в прошлое, отрицание того, что есть в настоящем. О. А. Солопова пишет, что «ностальгия обычно настигает тех, кто лишен надежды на будущее» [Солопова 2007]. Последнее проявляется и в газетных примерах 48, 49. Волна ностальгии по «сильному государству» и «сильной власти» сегодня, по наблюдениям Т. В. Харламова [2008], возрастает.

48. *Однако даже среди такой беспросветности люди не теряют надежду. С ностальгией вспоминая о добром старом времени, они живут одной надеждой: а вдруг наконец-то станет лучше?* (Невское время. 2002. 27 авг.).

49. *Есть люди инерции, люди ностальгии, которые трудно расстаются с прошлым* (Известия. 2008. 7 апр.).

Мне удалось затронуть лишь узкий круг вопросов, связанных с ностальгией по советским временам. Думается, что дальнейший анализ публицистических текстов позволит ответить на другие не менее важные вопросы. Отмечу некоторые из них.

1. В этой работе я придерживался принципа фиксации высказываний о ностальгии, согласно которому все упоминания советской ностальгии независимо от того, кто, как, каким тоном говорит, присоединяясь к общему хору или же осуждая носителей ностальгических чувств. Такой нестрогий подход основан на том, что любое выражение ностальгических воспоминаний свидетельствует о их существовании в обществе. Интересно было бы в дальнейшем выяснить, кто пишет / говорит о ностальгии, кому приписываются ностальгические чувства. Как можно ожидать, важную роль здесь играет возраст и связанная с ним психология поколений.

50. *С уходом со сцены старых политических элит уходят и ностальгия по СССР, худо-бедно двигавшая интеграционные процессы, и стереотипы постсоветского миропорядка, делившего «братские республики» на «старшего» и «младших» братьев* (Итоги. 2005. 29 марта).

2. Мне кажется, что есть, кроме описанной *ностальгии*, и другой тип ностальгии, т. е. *ностальгия-2*, которая также требует осмысления. Имею в виду чувства, связанные с разлукой, расставанием, утратой того, что исчезает безвозвратно.

51. *...потеря привычных героев всегда вызывает к ностальгии* (ПРОспорт. 2007. 9 февр.).

3. Требуется уточнения разграничение чувств, для обозначения которых употребляются слова *ностальгия* и *тоска*. Как показывают приме-

ры 52–54, советское время вызывает у людей не только ностальгию, но и тоску.

52. *Максюта, вероятно, неправильно истолковал намерение президента эксплуатировать ностальгический ресурс — **тоску по советским временам*** (Известия. 2001. 11 сент.).

53. *Поэтому я не отношусь к тем, кто с **тоской** вспоминает о **советских временах**, когда каждый член сборной ощущал за спиной могучую державу, а Олимпиада больше напоминала не спортивную борьбу, а соревнование политических колоссов* (Итоги. 2004. 31 авг.).

54. *Старожилы Нягани сейчас с **тоской** вспоминают, как в **советские годы** могли ежегодно позволить себе всей семьей слетать на отдых в Крым* (Завтра. 1998. 2 июня).

4. Целесообразно также изучить, в какой степени ностальгические чувства связаны с явлениями, которые принято называть «прецедентными» (Ю. Н. Караулов, В. В. Красных и др.).

## Рефлексия советского как база для развития качественного значения лексемы *советский* в постсоветский период

*И. Т. Вепрева*

Крах тоталитарного советского государства привел к уходу в пассивную часть словаря всего идеологического ядра русского языка советской эпохи. В разряд лексических архаизмов, помимо слов и выражений, номинирующих реалии советского времени, уходит и лексема *советский*, обладавшая максимальной активностью, так как служила атрибутивным характеристикатором всех объектов действительности, относящихся к Стране Советов, к СССР. Современный говорящий пытается избавиться от этого слова даже в тех случаях, когда в силу разных обстоятельств его необходимо использовать в речи в положительном смысле. Так, в выступлении 9 Мая 2008 года на Красной площади президент России Дмитрий Медведев, говоря об очередной годовщине Великой Отечественной войны, ни разу не упомянул слово *советский*, заменяя словосочетание *советский народ* выражениями: *наш народ*; *люди самых разных национальностей*; *подвиг народов, разгромивших фашизм*. Специалисты по языку, в частности Вл. Новиков, автор «Нового словаря модных слов» (М. : АСТ, 2008. С. 144), предлагают прилагательное *советский* в позитивном контексте заменять на *российский* и *отечественный*, говорить и писать не *советский народ*, а *народ нашей страны* и т. д. Вл. Новиков считает, что «нет будущего у этого прилагательного».

Тем не менее лексема *советский* достаточно частотна в современных СМИ. База данных Интегрум включает исследуемую единицу в число первых 700 самых употребляемых русских слов. Рядом с этим словом, с той же степенью частотности, оказались такие широко распространенные единицы языка, как *земля*, *вода*, *европейский*, *народный*,

*современный, писать, любить, происходить*. Причина популярности употребления слова *советский* кроется в особенностях современного российского общества. Сегодня в России переосмысление ценностных установок становится более сложным, поскольку исчерпана энергия разрушения, но не решены принципиальные вопросы общественного и государственного устройства. Проблема создания нового общества напрямую связана с идеей преемственности, с идеей сохранения русской, в том числе советской, культуры, общества и государства. Проблемы культурно-исторической памяти как устойчивой системы представлений о прошлом являются актуальными в современных условиях, поскольку культурно-историческая память непосредственно включена в систему современного политического сознания и содержит в себе систему координат в оценке настоящего и будущего, в установлении соотношения прошедшего и настоящего.

При осмыслении советского опыта в истории страны прилагательное *советский* сочетается с широким кругом понятий, существенных для выявления содержания категории советского в массовом сознании. При употреблении слова в речи формируется новое, качественно-оценочное значение относительного прилагательного — «присущий, свойственный советскому времени; такой, как в советское время». Впервые данное качественное значение прилагательного *советский* было отмечено в «Толковом словаре русского языка конца XX века. Языковые изменения» под редакцией Г. Н. Складневской (СПб. : Фолио-Пресс, 1998. С. 596). Значение имело помету «неодобр.» и формулировалось как «свойственный чему-л. в СССР или кому-л., живущему в СССР; совковый». Появление негативной оценочной семантики у слова *советский* закономерно. Отрицательная коннотация лексемы длительное время накапливалась в недрах общественного сознания советской эпохи. За годы советской власти коннотация приобрела устойчивый характер, что позволило зафиксировать ее в толковом словаре. Присвоение всему советскому пейоративной коннотации отражает тип мышления языковой личности в эпоху социальных перемен, получившего в социальной психологии название блокадного, которое основано на голом отрицании, противопоставлении старого новому. Прямые идеологические, языковые и поведенческие конфронтации 90-х годов XX века с советским опытом сменились в XXI веке на рефлексивное переосмысление традиционной культуры, советского наследия и нового опыта. В новейших общественно-политических условиях современной России наблюдается тенденция амбивалентного употребления данной единицы.

Задача нашего исследования — проследить специфику контекстного употребления относительного прилагательного *советский* в новом для него, качественном значении.

Процесс употребления относительных прилагательных в качественном значении является достаточно продуктивным явлением в русском языке. Качественное значение, возникающее у относительного прилагательного, — это реализация постоянной коммуникативной потребности оценить предмет. Оценка не обязательно сопряжена с переносным употреблением относительного прилагательного. «Говоря о том, что *крыша железная*, мы одновременно и оцениваем ее как хорошую, прочную (в отличие от соломенной)» [Калечиц 1990: 106]. Легкость приобретения относительным прилагательным качественного значения усиливается, когда языковая личность стремится к сопоставительному познанию окружающей действительности, когда признаки, заложенные в предмете, оказываются вскрытыми благодаря сопоставлению его с другими предметами.

Для появления качественного значения у относительного прилагательного *советский* достаточна сама отнесенность определяемого понятия к действительности как к советской, до- или постсоветской. В этом случае у слова изменяется смысл, коннотация и оценочное сопровождение. «Слова, которые трудно представить себе... как советизмы, нейтрально общеупотребительные слова языка, бывшие таковыми также в советское время, могут, и не случайно, восприниматься по-разному в зависимости именно от того, о советской или не о советской действительности идет в связи с ними речь. *Школа, семья, воспитание, собрание, юноши, девушки, очередь, магазин, работа, завод, деревня, улица, крестьянин, рабочий, интеллигент, пенсия, конституция* и т. п., попадая в поле действия советскости, семантизируются и коннотатируются совершенно иначе, чем вне его» [Червиньски 2007: 119].

Процессы трансформации сочетаний типа *советский характер, советский человек* или *советская школа* в нечто большее, чем отношение к определенной стране и ее политической и социальной системе, были заложены еще в советское время, когда избыточное уточнение *советский* предполагало помещение понятия в систему идеологически-оценочных связей. Употребление *советский* в данном случае предполагало наличие синонимического ряда с прилагательными *наш, социалистический, подлинный, настоящий, полный, действительный, с большой буквы* и т. д.

«Советизированная» оценочность общеупотребительных слов в сложившемся политико-идеологизированном новоязе в постсоветский

период сменила свою качественную семантику, получила иной коннотативный разворот. Постсоветская оценка связана с определением особого характера какого-либо предмета или явления, который проявляется в типичных условиях советского времени. Сочетаемость лексем с прилагательным '*советский*' в постсоветском контексте актуализирует окказиональную сему «советскости» в содержании слова.

Прежде всего качественное значение проявляется в сочетании прилагательного *советский* со словами абстрактной или временной семантики, прямо указывающими на основные особенности образа действия, совокупность черт, объединенных временным или поведенческим критериями. Это такие лексемы, как *время (времена), прошлое, принципы, характер, манеры, стиль, практика, опыт* и др. Так, например, анализ качественной семантики у прилагательных *петербургский, питерский, ленинградский* в сочетании с существительными *школа, стиль, житель города, погода* позволил выявить такие аспекты содержания концепта «Петербург», «как строгость и благородство вкуса, сдержанность в поведении и проявлении чувств, духовность, своеобразие погоды» [Кириченко 2003: 109].

Обратимся к анализу сочетаемости прилагательного *советский* со словом *прошлое*. Контекстные употребления словосочетания *советское прошлое* позволяют выявить отношение к советской эпохе в целом. Это отношение в новейшее время носит двойственный характер. С одной стороны, контексты содержат отрицательную оценку советского времени, например: *тяжелое наследие советского прошлого; тяжкий груз советского прошлого; пережитки тоталитарного советского прошлого*; ироническое отношение к прошлому: *замечательное советское прошлое, из которого мы с такими трудами вырвались*. Контексты с положительной характеристикой советского прошлого обусловлены естественным возрастным позитивом людей старшего поколения, вспоминающих свою молодость, которую, к сожалению, уже нельзя вернуть. Ностальгическая идеализация советского прошлого создает мифы о прекрасном советском прошлом, *когда работали заводы и фабрики, было больше равенства и справедливости, чем сейчас, люди не боялись ходить по улицам, когда на первое место ставилось общественное признание достижений* и т. д. Ср. ряд высказываний с подобным амбивалентным отношением.

Положительная оценка советского прошлого:

*Многим молодым людям свойственна некая аллергия на советское прошлое, а между тем это было лучшее время, когда на первое место ставилось общественное признание достижений* (Архангельск. 2007. 24 мая);

Сейчас принято ругать **советское прошлое**, но было в нем много хорошего, чего, к сожалению, уже нельзя вернуть (Биржа + Карьера (Н. Новгород). 2007. 23 мая); На мой взгляд, только глубоко необъективный человек может назвать все **советское прошлое** «серой жизнью» (Весть (Калуга). 2007. 16 февр.).

Отрицательная оценка советского прошлого:

*И забывать о репрессиях, делать вид, что это были всего лишь неприятные моменты советского прошлого, по которому многие до сих пор ностальгируют — я считаю в высшей степени безнравственно* (Биробиджанер Штерн (Биробиджан). 2007. 30 окт.); К счастью для всех нас, Рамзан Кадыров достаточно молод, чтобы не нести на себе **тяжкий груз советского прошлого** (Аргун. 2007. 9 июля); **Ужасающие методы принудительного психиатрического лечения** в качестве наказания за инакомыслие были отличительной чертой **советского прошлого**, но им нет места в новой, демократической России (Арсеньевские вести (Владивосток). 2007. 22 авг.)

СМИ апеллируют к мнению людей, чьи имена известны в России. Например, интервью с известным писателем-фантастом, автором сценариев «Ночного» и «Дневного дозора» Сергеем Лукьяненко:

— Какие символы и ассоциации у вас лично связаны со **словом «советский»**?

— Я, наверное, буду отчасти тенденциозен, потому что на советские годы приходятся мои детство и юность. Вот и в воспоминаниях присутствует естественный возрастной позитив: в памяти общее **ощущение большей безопасности, спокойствия и гордости**. Сейчас, думаю, не найдется такого количества молодых, которые бы так **верили в свою страну**. Видимо, количество колбасы на прилавках все же не прибавляет такой веры. Впрочем, и дефицит был, и кумовство, и взятки. Но брать их все же боялись, во всяком случае, старались придерживаться каких-то приличий.

Мы вместе с водой выплеснули в свое время и младенца. Огульно охаявая советское прошлое, мы потеряли много хорошего, например, **дружбу народов**. Это, на мой взгляд, главная потеря... (Волжская правда (Волжский). 2007. 17 апр.).

Приведем еще одно свидетельство автобиографической памяти — слова Михаила Казакова, лауреата международных конкурсов, солиста Большого театра России и Татарского театра им. М. Джалиля:

Не могу забыть, как одна журналистка неприязненно мне бросила: «Что это вы, рассказывая о своем детстве, все время употребляете **слово «советский»**? Впервые встречаю человека, который в наше время так тепло отзывается о советских временах...» — «А почему я должен иначе о них отзываться? — отвечаю. — **Меня выучили бесплатно, дали великолепно**



**ное музыкальное образование** — лучшее в мире, что общепризнанно. Живя в Ульяновске, на родине Ленина, я имел возможность видеть и слышать великих певцов, музыкантов, дирижеров, приезжавших к нам. Причем билеты на концерты стоили копейки». — «**Так у вас ностальгия?**» — «Да, — говорю, — ностальгия по тем отношениям, которые были тогда между людьми. А сейчас, чтобы выжить, надо быть волком... В Москве по-другому просто нельзя. И только когда уезжаешь куда-нибудь подальше от нее, видишь совершенно других людей, ощущаешь, как раньше, душевное тепло, человечность... Так от этого я должен отречься? Да никогда в жизни! (Республика Татарстан (Казань). 2007. 8 марта).

Особое место на данном этапе размытости идеологических смыслов отводится ностальгии по прошлому. Этот противоречивый по своей природе феномен является выражением посттоталитарного переходного периода общества и распространен по всей Восточной Европе (например, «остальгия» — *Ostalgie*, т. е. ностальгия по ГДР на Востоке Германии). В современной действительности отсутствуют четкие идеологические образы новой России, отсутствует культурная матрица, по которой можно строить собственные оценки, вписаться в изменившийся контекст, оставаясь верным себе. Ностальгия оказывается утопией с обратной проекцией: она обращена к месту и времени, которых уже нет. И в то же время ностальгия — живой клубок мифов, которые создают чувственный образ ушедшего времени. Ностальгия гармонизирует, эстетизирует прошлое, позволяя достойно расстаться с ним. В переходные периоды ностальгия выполняет оздоравливающую функцию, так как компенсирует социально-психологические перегрузки социума в условиях нового перехода.

Кроме позитивного отношения к ностальгии, существует и противоположная точка зрения, утверждающая, что ностальгия опасна, так как создает почву для реставрации тоталитаризма. Ностальгия может перерасти в настроение социального реванша, возродить великодержавные имперские комплексы. См., например: *Любовь Чижова: Законопроект о принудительном лечении наркоманов как будто возвращает россиян в советское прошлое* (Радио «Свобода» — Программы. 2007. 2 марта. 17:13); *Правление Путина запомнилось тоталитарными реформами, возвращающими Россию в советское прошлое* (Там же. 26 марта. 20:00).

Современное российское общество опасается опоэтизированного ностальгического отношения к былому державному величию. Хотя, по мнению политологов и социологов, подобные «призраки» советского прошлого не обладают реальным реставрационным потенциалом, но

могут воздействовать на общественную атмосферу нарастающей апатией и аморфностью российского общества (см. об этом: [Дубин 1999; Левада 2001]).

Такой же обобщающий образ советской действительности представлен в контекстах, включающих словосочетание **советские времена**. Совокупность контекстов создает своеобразный дискурс коллективной памяти: *Как и в старые советские времена, городское начальство опять хочет приурочить открытие новых станций метрополитена к очередной круглой дате* (Маркетинг и Консалтинг — зарубежье. 2008. 1 дек.); *Его коллега, как в старые советские времена, зачитывал свою речь по бумажке, говорил долго, то и дело прибегая к обороту «братские народы»* (Новые Известия. 2001. 14 нояб.); *Когда я езжу в Минск, я всегда везу из Москвы продукты, как в старые советские времена* (Стенограммы пресс-конференций радио «Эхо Москвы». 2005. 14 авг.); *Практически уже невозможно получить жилье «по очереди», как в старые советские времена* (Нижегородские новости. 2001. 26 дек.); *Но прежде чем заселить меня в гостиницу, в которой, как в старые советские времена, все места были уже давно забронированы, милая спутница отвезла меня на обед* (Золотое кольцо (Ярославль). 2004. 19 авг.); *В старые советские времена в магазинах лежал один сорт колбасы, один сорт сыра* (Труд. 2006. 26 мая); *На билеты этой для многих стран мира диковинки, как в старые советские времена тотального дефицита, всем желающим приходилось записываться с ночи* (Новые Известия. 2001. 5 июля) и др.

Реконструируемый на основе контекстов советский образ жизни коннотативно окрашен: приводимые факты действительности создают неприглядный портрет советской эпохи. Качественное значение усиливается за счет добавочного характеристизатора **старые** (*советские времена*), который указывает на своего рода преемственность, созидательный фактор традиции. Иногда словосочетание усложняется за счет определения **добрые** (*советские времена*). Последний характеристизатор, имея, безусловно, положительную семантику, предполагает одновременное сосуществование двух типов оценочного измерения советской эпохи — прямого позитивного и переносного, иронически-отрицательного. Контексты, включающие данное словосочетание, наглядно демонстрируют «расколотое» сознание современного постсоветского человека. Покажем позитивное отношение к советскому времени на материале контекстов, выбранных из оппозиционной прессы: *Государство должно в конце концов по-настоящему повернуться, как говорили в доброе советское время, «лицом к деревне»* (Правда-КПРФ. 2007. 19 янв.); *За 16 лет работы*

клуба ребята, как **в добрые советские времена**, имели возможность заниматься туризмом (Правда-КПРФ. 2008. 24 июля); Простые ветераны труда, у которых господа «демократы» отобрали все сбережения, на досуге подсчитали, что на месячную пенсию 120 рублей можно было купить **в добрые советские времена** в 205 раз больше, чем сейчас в так называемой суверенной и демократической Эстонии, а по существу — в протекторате США (Там же. 2005. 26 авг.).

То же словосочетание, помещенное в отрицательный контекст, приобретает ироническое звучание: Прямо как **в доброе советское время**, когда вся молодежь ходила по струнке (Наша версия (Москва). 2006. 23 янв.); А пока впору открывать магазин, в котором, занимая очередь, будут не только спрашивать, кто последний, но еще, как и **в добрые советские времена**, поинтересуются: по сколько станут давать дефицита в одни руки? (Московский комсомолец. 2005. 7 июля); Причем в семи одномандатных округах выдвинут лишь один человек, почти как **в добрые советские времена**, когда все шли выбирать одного кандидата (Деловые люди (Москва). 2007. 10 мая).

Словосочетание **советский принцип** при контекстной опоре позволяет выделить основные положения, которые лежали в основе советской жизнедеятельности. В представленных материалах сформулирован своеобразный моральный и поведенческий кодекс советского человека: К частной собственности больше не применяется **советский принцип «все свое — все общее»** (Московский комсомолец. 2008. 16 февр.); **Стереотип**, что в частных вузах учат хуже, чем в государственных, родился, по мнению психологов, из-за **советского принципа «платно — значит, плохо» по отношению к образованию** (Эксперт: D. 2008. 28 янв.); **Срабатывает старый советский принцип: перед иностранцами в грязь лицом ударить стыдно, а свои — «не графья», для них и так сойдет** (АиФ. 2008. 24 дек.); **Подписывалось оно, с одной стороны, советским принципом «все вокруг колхозное, все вокруг мое»** (Берег (Воронеж). 2008. 24 июля); **И приходится во Владивостоке покупать ботинки за \$600 по старому советскому принципу «ничего, разносится»** (Конкурент (Владивосток). 2008. 26 февр.); **Люди, которые сейчас у власти в Петербурге, оторваны от реальной жизни и действуют по старому советскому принципу «Лучше перебдеть, чем недобдеть»** (Деловой Петербург (Санкт-Петербург). 2008. 23 апр.); **Но нашелся в селе человек, для которого советский принцип «если не я, то кто же» был его личным принципом** (Астраханская правда. 2008. 4 дек.); **Похоже, что у нас появляется старый советский принцип «Вас много, а я одна», хотя цены**

в магазинах совсем не советские (ЦРПИ. Мониторинг телеэфира. ТВЦ. 2008. 3 июня); *Все понимают, что рано или поздно советский принцип «бери что есть, потом и этого не будет» неизбежно сменится другим принципом* (Строитель (Красноярск). 2008. 13 февр.); *Но для этого нужно окончательно забыть советский принцип «мы делаем вид, что работаем, а они делают вид, что нам платят»* (Удмуртская правда. 2008. 29 февр.); *В крайне сложной ситуации они демонстрируют нравственную стойкость, словно руководствуясь советским принципом — в жизни всегда есть место подвигу* (Дагестанская правда (Махачкала). 2008. 2 авг.).

Процессу «окачества» подвергаются и конкретные сферы проявления советского: *советские люди, советский учитель, советский интеллигент, советский ученый, советская армия, советская школа, советский спорт, советские магазины, советская одежда* и др. Практически все словосочетания в современном российском дискурсе получают неоднозначную (положительную и одновременно отрицательную) характеристику. Автобиографическая память реконструирует советское прошлое, и связь с прошлым носит субъективно-объективный характер: в ментальном образе носителя языка высвечиваются разные аспекты одного явления. Так, с одной стороны, *советская школа была лучшей в мире, самая романтическая в мире, программы по математике и естественным предметам были гораздо лучше западных*; школа хороша была тем, что там определенные вещи доводились до *достаточно высокого уровня, воспитала уверенных в себе, духовно свободных людей с широким кругозором и внутренним достоинством*. С другой стороны, *советская школа была жесткой, воспитывала ненависть к русской литературе, Печорин был «лишним героем», а Катерина — «лучом света в темном царстве»*; в школе было развито *поверхностное мышление, факультативы превращались в предмет с добровольно-принудительным посещением*; *в советской школе вообще все были одинаковые: в темно-синей мальчишечьей форме и коричневой с белым фартучком — для девочек*. Поэтому если задать вопрос, какой была советская школа, какие черты присущи ей, то ответ (при опоре на современную газетную публицистику) получается неоднозначным и даже противоречивым. В коллективном сознании постсоветского человека происходит, по образному выражению Б. А. Успенского, своеобразное «придумывание памяти». Разноречивая оценка одного и того же фрагмента действительности базируется на особенностях культурной памяти, носящей творческий характер. Культурная память избирательна, она может реализоваться в

качестве ложных воспоминаний. И в этом случае дискурс памяти становится интереснее дискурса фактов.

Тем не менее есть сферы советской действительности, которые и в период «восстановления справедливости» по отношению к советскому прошлому всегда имеют пейоративную окраску. Такими являются *советские магазины, советская одежда, советский секс*. Проиллюстрируем данную группу единиц речевыми употреблениями словосочетания *советский магазин*: *Со стороны это напоминало очередь в советский магазин за винно-водочной продукцией: в давке кричали, толкались и пытались уберечь дорогостоящую аппаратуру* (Амурская правда (Благовещенск). 2007. 8 февр.); *Говорят, после елок к Деду Морозу выстраивались длиннющие очереди, как в советских магазинах за колбасой* (Новые Известия. 2007. 28 дек.); *Люди постарше хорошо помнят ужасы советских магазинов. Уже много лет живем при капитализме, а насколько живучи проявления советской системы обслуживания населения! Вот примеры, увиденные собственными глазами. Пункт приема коммунальных платежей в одном из домоуправлений Пролетарского района. Очередь. Мужчина в возрасте, расплачиваясь, подает девушке тысячную купюру. Та заявляет, что нет сдачи, и деньги не берет. Предлагает ветерану пойти и разменять. Тот отказывается. Перепалка. Миловидная девушка переходит на грубости. Возмущенный мужчина уходит ни с чем. Очередь безмолвствует. Супермаркет в Заволжье, открытый меньше года назад. Поначалу было все здорово: цены ниже, чем в соседнем супермаркете, выбор товаров приличный. Повалил народ. Постепенно порядка становилось меньше. Появились черты советского магазина. Ячейки, куда запираются на хранение сумки, поломаны или дверки без ключей. К оставшимся исправным ячейкам очередь. Корзин для складывания покупок не хватает, за ними тоже очередь. Не хватает касс, и не все они работают — очередь и здесь* (Амурский меридиан (Хабаровск). 2007. 7 февр.).

Самой яркой приметой советского магазина является *очередь*. Данному феномену посвящены отдельные исследования [Верещагин, Костомаров 1999] и художественные произведения. Например, роман В. Сорокина так и называется «Очередь». Со сферой советского обслуживания связаны и уникально советские понятия *дефицит* и *блат*.

Можно отметить словосочетания с лексемой *советский*, имеющие в современном контексте только положительную оценку. Российское общество в период кардинальной ломки политической системы, к сожалению, утратило многие достижения, которые объективно сформировались

в период советской власти и были известны всему миру. Эти направления в различных областях деятельности обычно называются *школой*. В данном вторичном значении лексемы *школа* словосочетание *советская школа* оценивается обычно положительно. Ср. подобные словосочетания: *Великая советская школа поэтического перевода*; и теперь *советская школа кораблестроения в немалом авторитете у индусов*; *знаменитая советская школа одиночного фигурного катания*; *на Западе композиторы советской школы ценятся*; *в самой престижной, тяжелой, весовой категории правят бал представители советской школы бокса*; *высочайший уровень советской школы военной теории и практики*. Говорящими обычно подчеркивается утрата в современный период истории достигнутого в советское время: *прекрасная советская школа подготовки пилотов практически разрушена*; *некогда непобедимая советская школа хоккея нынче только мечтает о месте на пьедестале*.

Подведем итоги нашим наблюдениям. Постоянная сопоставительная оценка советского и постсоветского времени типична для переходного периода современной России. Мобилизация опыта прошлого спровоцирована концептуальным напряжением, возникающим при перестройке мировоззренческих ценностных установок, переходным, нестабильным состоянием сознания постсоветского человека. Современная речевая реальность регистрирует эти попытки перестройки сознания в виде оценочных суждений и «окачествления» лексемы *советский*, появления у слова нового вторичного значения. Наличие развитой системы качественных характеристик в противовес полярности антитоталитарных установок в период перестройки в определенной мере гармонизирует прошлое, компенсируя социально-психологические перегрузки социума в условиях нового перехода.

Всякая современность, по мнению С. С. Аверинцева, не должна замыкаться в себе, поскольку в таком случае заболевает «хроническим провинциализмом». Человек должен ощущать себя внутри веков и тысячелетий. Для людей, чья социализация произошла в рамках прежней общественной системы, приспособление к новой жизни, освоение ее ценностей происходит в ситуации одновременного существования личности в нескольких ментальных измерениях, где активно взаимодействуют полузабытые традиции, идеологически заданные принципы советского времени и новые веяния последних десятилетий.

## Лексема *Sowjetunion* как базовая идеологема немецкого языка ГДР (по материалам немецких газет 1950 — 1990 годов)

Н. С. Павлова

Связь языка и социума общеизвестна и не вызывает сомнения. Язык отражает в своей системе особенности развития общества, культуры, политического строя, динамику исторического развития отдельных народов. По выражению И. А. Стернина, язык, с одной стороны, есть средство доступа к культуре народа, с другой — средство формирования культуры в сознании члена общества [Стернин 1999: 13].

Русский язык советской эпохи (тоталитарный язык [Купина 1995]) — феномен особой социокультурной природы. Модели тоталитарного языка реализуются и в русском языке начала XXI века, влияние советских лингвокультурных практик проявлялось и в общественном сознании, официальной идеологии государств социалистического содружества.

В нашем исследовании предпринята попытка реконструкции образа Советского Союза, созданного в печатных изданиях Германской Демократической Республики в течение всего периода ее существования с 50-х годов по 90-е годы XX века и активно внедряемого в сознание восточных немцев. Мы покажем особенности функционирования лексемы *Sowjetunion* (Советский Союз), обусловленные ее идеологическим наполнением, установкой на формирование у граждан ГДР просоветского сознания. Выбор именно этой лексической единицы определяется следующим: в свертхтексте, который образуют газеты ГДР, лексема *Sowjetunion* приобретает черты родового наименования для множества явлений, характерных для советской эпохи. По выражению Н. А. Купиной, Советский Союз — это центр идеологического пространства [Купина 1995: 54]. Отсюда понятно, что *Sowjetunion* — это не столько топоним, сколько лексический

сигнал, олицетворение и общественно-политического строя СССР, и советской экономической системы, и роли Советского Союза в мировом сообществе.

Несмотря на сравнительно короткий относительно масштабов мировой истории период существования, разделенная на две части Германия явилась символом глобального противостояния политических идеологий, символом противоборства общественно-политических режимов, концентрированно и трагично отразила борьбу за политическое, идеологическое, культурное мировое господство двух сверхдержав XX века — СССР и США.

Границы и стены, разделившие Германию после Второй мировой войны на две части, подвергли «делению» и язык немецкой нации. В определенные периоды исторического развития язык выступает в роли проводника идеологии. «Именно благодаря языку идеология внедряется в общественное сознание и функционирует» [Купина 1995: 7]. Восточная часть Германии, Германская Демократическая Республика, стала частью возглавляемого СССР социалистического блока и всецело оказалась под политическим и идеологическим влиянием Советского Союза, что отразилось и на немецком языке ГДР. Сегодня правомерно говорить о существовании во второй половине XX века двух немецких языков — языка ГДР и ФРГ.

Сравним толкование лексемы *Sowjetunion* в «Словаре современного немецкого языка» под редакцией Р. Клаппенбах и В. Штайница (Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache. Hrsg. von Ruth Klappenbach und Wolfgang Steinitz. Berlin : Akademie-Verlag, 1978), выпущенном Центральным институтом языкознания Академии наук ГДР\* и в «Универсальном словаре немецкого языка Дуден» (Deutsches Uniwersalwörterbuch DUDEN. 2001). В первом словаре, сопоставимом по значимости с наиболее авторитетным лексикографическим изданием советской эпохи — Толковым словарем русского языка под редакцией Д. Н. Ушакова, приводится отсылочное толкование: Sowjetunion, die «Union der Sozialistischen Sowjetrepubliken» (Советский Союз — Союз Советских Социалистических Республик), поскольку существительное *Sowjetunion* действительно представляет собой сокращенный вариант наименования СССР. В статье, посвященной существительному *Union* (союз), находим следующее объяснение: «oft in Eigennamen / durch Vertrag geschaffene, zur Wahrung und Durchsetzung gemeinsamer Interessen gebildete Vereinigung

---

\* В основе используемого нами корпуса также лежит это издание, постоянно корректируемое и пополняемое.



von Staaten: zu einem einheitlichen Gesamtstaat: die U. der Sozialistischen Sowjetrepubliken / Abk.: UdSSR/» — «(часто в именах собственных) несколько государств, объединенных в соответствии с договором с целью обороны и осуществления общих интересов в одно государство: Союз Советских Социалистических Республик (сокр. СССР)». Как видим, в статье представлено общественно-политическое значение слова, которое имплицитно соотносится с номинацией *Sowjetunion*, что находит подтверждение в иллюстративной части словарной статьи. Бесспорно, важно, что в качестве иллюстрации к слову *Union* (союз) приводится полное наименование *Союз Советских Социалистических Республик*. Современный толковый словарь Дуден так толкует значение существительного *Sowjetunion*: «Staat in Osteuropa und Nordasien (1922–1991)» — «государство в Восточной Европе и Северной Азии (1922–1991)». Здесь отсутствует соотносительное полное наименование *Union der Sozialistischen Sowjetrepubliken* и дана точная объективная справка о географическом положении и хронологических границах существования СССР. Существительное *Union* толкуется в современном словаре следующим образом: «Bund, Vereinigung, Zusammenschluss (bes. von Staaten und von Kirchen mit verwandten Bekenntnissen): einer U. beitreten, angehören; die Staaten schlossen sich zu einer U. zusammen; die Junge U. (gemeinsame Jugendorganisation der CDU und der CSU)» — «федерация, объединение, соединение (в особенности о государствах и церквях со схожим вероисповеданием): вступить в союз, состоять в союзе; государства объединились в союз; Молодой Союз (совместная молодежная организация ХДС и ХСС)». Как видим, авторы современного толкового словаря не включают в толкование существительного *Union* отсылку к наименованию *Советский Союз*. А «политическое» значение этого слова соотносится исключительно с актуальными реалиями ФРГ (в качестве иллюстрации приведено наименование современной молодежной организации, созданной двумя наиболее влиятельными политическими партиями Германии: Христианско-Демократическим Союзом и Христианско-Социальным Союзом). Интересно также, что, в отличие от современной трактовки, дефиниция в толковом словаре, выпущенном в ГДР, не содержит указаний на религиозную семантику существительного *Union*, что, бесспорно, свидетельствует о стремлении к формированию атеистического сознания немцев ГДР.

Сравнение аналогичных словарных статей доказывает, что даже лексикографические издания ГДР являлись проводником официальной идеологии, испытывающей мощное влияние Советского Союза.

Рассмотрим употребление лексемы *Sowjetunion* (Советский Союз) в печатных изданиях ГДР, представленных в «Электронном словаре немецкого языка 20 века».

Корпус «Электронный словарь немецкого языка 20 века» (Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache des 20. Jahrhunderts. URL: <http://www.dwds.de>) является проектом Бранденбургской академии наук (Берлин). По замыслу создателей корпуса, он должен компенсировать нехватку лексикографических изданий на немецком языке, возникшую на рубеже XX–XXI веков. **Постоянно пополняемый, словарь уже сейчас представляет** собой авторитетное собрание немецких текстов, в нем содержится более 100 млн контекстов из художественных, публицистических источников, а также зафиксированных устных речевых фрагментов.

Для настоящего исследования изучался подкорпус языка ГДР, содержащий выдержки из прессы ГДР в период с 1949 по 1990 год, и подкорпус немецкой газеты «Die Zeit» с выдержками из выпусков с 1946 по 1988 год. Для демонстрации полярности идеологий ГДР и ФРГ будем приводить примеры из текстов газет и журналов, выходивших в ФРГ в тот же период.

Интересен графический анализ динамики употребления лексемы *Sowjetunion*, представленный в корпусе «Электронного словаря немецкого языка» в период с 1900 по 1990 год. Весь массив словоупотреблений делится на четыре категории в соответствии с источниками: газеты, художественная литература, научная литература и так называемая литература широкого профиля (широкого употребления) (*Gebrauchsliteratur*), что означает произведения, основной задачей которых является распространение знаний (название более привычное для нас — научно-популярная литература). Данные показывают, что наиболее часто лексема *Sowjetunion* употреблялась в текстах немецких газет; максимальное количество словоупотреблений зафиксировано в источниках, вышедших в 50-х годах XX века.

Регулярное и частотное использование в СМИ идеологем, к числу которых относится *Sowjetunion*, есть осуществление языковой политики. Идеологема — «это языковая единица, семантика которой покрывает идеологический денотат или наслаивается на семантику, покрывающую денотат неидеологический» [Купина 2000: 183]. Языковая политика мыслится как совокупность идеологических принципов и практических мероприятий по решению проблем в государстве и связана с целенаправленным воздействием на язык и его функционированием. В 80–90-е годы отмечается резкий спад употреблений слова *Sowjetunion* в текстах газет,

что свидетельствует о снижении актуальности данной номинации, и первопричиной этого стало объединение ГДР и ФРГ 3 октября 1990 года.

Общая тональность высказываний с лексемой *Sowjetunion* в газетах ГДР — восторженная благодарность, с которой народ Германской Демократической Республики относится к Советскому Союзу, советскому народу, советским вождям. Ср.: *alles verdanken wir der Sowjetunion, den Sowjetmenschen* (Neues Deutschland. 1950. 16 Apr. S. 1) — *мы за все благодарны Советскому Союзу, советским людям; den unermüdlichen Anstrengungen der Sowjetunion ist es zu verdanken* (Ibid. 1967. 18 Febr. S. 6) — *за эти неутомимые старания нужно благодарить Советский Союз...*; *dank der uneigennützig und großzügigen Hilfe der Sowjetunion* (Einheit. 1971. 26.) — *благодаря безвозмездной и щедрой помощи Советского Союза; Hilfe durch die große Sowjetunion für die Deutsche Demokratische Republik* (Neues Deutschland. 1953. 1 Nov.) — *помощь великого Советского Союза Германской Демократической Республике*.

Идеологема *Sowjetunion* в газетах ГДР обогащается различными смысловыми наращениями, которые характеризуют разные аспекты соответствующего денотата.

1. Статус учителя: *Auch hier sollen wir von der Sowjetunion lernen, die stolz ist, daß ihre großen Publizisten wie Tschernischewsky und Bjelinski viele Gedanken geäußert haben, die unmittelbar nur vom Marxismus aufgenommen* (Neue deutsche Literatur 2. 1954. Nr. 1. S. 115–131) — *И в этом мы должны учиться у Советского Союза, который гордится тем, что его великие публицисты Чернышевский и Белинский выражали мысли, всецело заимствованные в марксизме; Die Sowjetunion hat uns gelehrt...* (Neues Deutschland. 1953. 1 Nov. S. 1) — *Советский Союз учил нас...*

2. Статус гаранта мира. Советский Союз — это государство, обеспечивающее стабильность в мире в эпоху гонки ядерного вооружения (*Es ist nur den starken Nerven der sowjetischen Staatsmänner zu verdanken, daß die Welt bisher noch nicht durch einen Atomkrieg vernichtet wurde. Mögen die Westmächte endlich dem Beispiel der Sowjetunion folgen und die Atomwaffenexperimente einstellen* (Wochenpost. 1958. Nr. 23. S. 4) — *Только благодаря железным нервам советских руководителей мир до сих пор не уничтожен в ходе ядерной войны. Западные власти должны последовать примеру Советского Союза и прекратить эксперименты с ядерным оружием*. Оппозиция *Sowjetunion* (Советский Союз) — *Westmächte* (западные власти) олицетворяет деление всего мирового пространства на правых и неправых, своих и чужих, миротворцев и милитаристов. Деятельность советских политиков мыслится как единственно верная и заслуживаю-

шая одобрения и подражания. Ср. также: *Wir bekunden unseren Willen, gegen die Atomkriegsgefahr des deutschen Militarismus und Imperialismus zu kämpfen und für die Erhaltung des Friedens aktiv einzutreten. Wir begrüßen den Schritt der Sowjetunion zur einseitigen Einstellung der Atomversuche und fordern die Schaffung einer atomwaffenfreien Zone in Europa* (о. А., Schluß mit dem Atomwettrüsten! // Alex-Spiegel. 1958. Nr. 12. S. 2) — *Мы провозглашаем наше желание выступить против немецкого милитаризма и империализма и активно бороться за сохранение мира. Мы приветствуем шаги Советского Союза, направленные на одностороннее прекращение ядерных экспериментов, и требуем создания в Европе свободной от ядерного оружия зоны.* Прилагательное *einseitig* (односторонний) выступает в данном примере как сигнал, указывающий на противопоставленность СССР другим государствам, отличие его политической позиции, независимость Советского государства в принятии политически важных решений.

Несмотря на активное внедрение в общественное сознание ГДР мифа о миролюбивости СССР, газетные тексты изобилуют высказываниями о военном превосходстве Советского Союза над США: *Die Überlegenheit der sowjetischen Seestreitkräfte ... hat ihre Ursache ... vor allem auch in der Tatsache, daß die Sowjetunion in den vergangenen Jahren ständig neue und leistungsfähigere Typen der verschiedensten Schiffsklassen entwickelte, gegenüber denen die meisten Schiffe und Boote der USA und der anderen NATO-Staaten hoffnungslos veraltet sind* (Einheit. 1971. 26. Nr. 6) — *Превосходство советских военно-морских сил объясняется прежде всего тем, что СССР в последние годы постоянно разрабатывал новейшие и технически более совершенные образцы судов, в то время как большинство судов и малых кораблей США и других государств, входящих в НАТО, безнадежно устарели; Die USA sind von der Sowjetunion in der interkontinentalen Raketenbewaffnung absolut überholt* (Ibid.) — *Советский Союз значительно опередил США по уровню межконтинентального ракетного вооружения.*

В прессе Западной Германии, однако, СССР предстает отнюдь не как гарант мира и стабильности: *Der Friede wird beständig durch die unmittelbare oder mittelbare Aggression von Seiten der Sowjetunion bedroht* (Die ZEIT. 1950) — *Мир постоянно находится под угрозой агрессии со стороны Советского Союза, имеющей как непосредственный, так и опосредованный характер; Der britische Staatsminister Hector McNeil erklärte in Edinburgh, der Kalte Krieg zwischen den Westmächten und der Sowjetunion werde mit unverminderter Stärke noch eine unbestimmte Zahl von Jahren*

weitergehen. Der portugiesische Ministerpräsident Salazar gab bekannt, die westlichen Großmächte seien sich darüber schlüssig geworden, daß es mit dem **Kommunismus keine Verständigung und kein ernst zu nehmendes Kompromiß** gebe (Die ZEIT. 1950) — Британский министр Г. Макнил заявил в Эдинбурге, что холодная война между Западом и Советским Союзом с неумещающей силой будет идти еще многие годы. Португальский премьер-министр Салазар отметил, что западные страны едины во мнении, что взаимопонимание или компромисс с коммунистами невозможен. Советский Союз изображается как участник холодной войны, агрессор, не желающий вести диалог со своими западными партнерами и навязывающий свою волю всему мировому сообществу: *Man sollte endlich einmal statt vom Kalten Krieg vom Welt-Bürgerkrieg reden, dann würde man die Lage richtig sehen, denn in der Tat ist er ja im Gange. Von der Sowjetunion wird er konsequent geführt. Im Bürgerkrieg gibt es keine Gegner, sondern nur Feinde, die vernichtet werden müssen* (Ibid.) — Наконец нужно говорить не о холодной войне, а о мировой гражданской войне, которая идет полным ходом. Она последовательно ведется Советским Союзом. В гражданской войне нет противников, есть только враги, которые должны уничтожаться. Об активности Советского Союза в ведении холодной войны говорят следующие контекстные партнеры: *Aggression von Seiten der Sowjetunion* (агрессия со стороны Советского Союза), *bedroht* (*bedrohen* — угрожать), *mit unverminderter Stärke* (с неумещающей силой), *vernichtet werden müssen* (должны быть уничтожены; *vernichten* — уничтожать), *keine Gegner, sondern nur Feinde* (нет противников, есть только враги). Весомость последнему высказыванию придает и применение конкретного, более «осязаемого» наименования *Welt-Bürgerkrieg* (мировая гражданская война) вместо фразеологического сочетания *холодная война*, означающего не военные действия как таковые, а политическое и идеологическое противостояние. Контекстными антонимами становятся близкие по значению лексемы *Gegner* — *Feind* (*противник* «jemand, der gegen eine Person oder Sache eingestellt ist», т. е. тот, кто настроен против некоего человека или дела, — *враг* «jemand, dessen persönliches Verhältniss zu einer bestimmten anderen Person durch Feindschaft bestimmt ist», т. е. тот, чье личное отношение к другому лицу характеризуется враждебностью), и в представлении прессы ФРГ Советский Союз выступает как враг по отношению к другим, несоциалистическим государствам.

Легко спрогнозировать, что пресса ФРГ, сравнивая военно-промышленные успехи СССР и США как двух основных участников холодной войны, отдает пальму первенства последним: *Die ganze amerikanische*

*Wirtschaftspolitik steht mit der Verschärfung des Kalten Krieges in immer stärkerem Maße im Zeichen des wirtschaftlichen Wettkampfes mit der Sowjetunion. Noch hat die amerikanische Produktion einen weiten Vorsprung vor der russischen (Die ZEIT. 1961. 20) — Вся американская экономика находится в состоянии жесткой конкуренции с Советским Союзом в связи с обострением холодной войны. При этом уровень производства США значительно опережает уровень производства Советского Союза.*

Образ СССР-агрессора, регулярно появляющийся в западноевропейской газете «Die Zeit», дополняют контексты, в которых ГДР обозначается не как самостоятельное государство, а как оккупационная зона СССР: *Nach unserer Meinung sind Sie ein von der Sowjetunion besetzter Teil Deutschlands, kein Staat (Die ZEIT. 1961. 18) — По нашему мнению, вы не государство, а часть Германии, оккупированная Советским Союзом; In der russischen Zone ist in großer Schnelligkeit die Kommunistische Partei aufgebaut worden, die als ausführendes Organ der Militärregierung die Macht In Händen hält (Ibid. 1946) — В русской зоне очень быстро была сформирована коммунистическая партия, которая, будучи ведущим органом военного правительства, держит в руках власть.* Любопытно, что лексические единицы *russisch* (русский), *Russland* (Россия) встречаются преимущественно в текстах газет ФРГ, причем последний используется как синоним к топониму *Sowjetunion*. Ср., например, следующее высказывание: *...warum die Bemühung der westlichen Länder ... um gegenseitiges Verständnis und um Vereinigung aller Kräfte stets nur schlechte Laune in Russland hervorruft (Ibid. 1961. 26) — ...почему старания западных стран о взаимопонимании и объединении их усилий постоянно вызывают в России плохое настроение.*

3. Статус лидера экономического развития. В газетах ГДР СССР регулярно характеризуется как государство, успешно развивающееся в экономическом плане: *Die UdSSR ist mit ihrem Programm auf dem Gebiet schneller Reaktoren führend in der Welt (Urania. 1968. 30 Sept.) — СССР лидирует со своей программой в области быстрых реакторов; Während die Harzindustrie in den Mittelmeerländern kaum einer wesentlichen Steigerung fähig ist, nimmt die Produktion der waldreichen Sowjetunion immer mehr zu (Neues Leben. 1958. 22) — В то время как производство деревянного клея в Средиземноморье вряд ли будет развиваться, в Советском Союзе, богатом лесами, оно все время набирает обороты; Hinsichtlich der Holzvorräte steht die Sowjetunion... weit an der Spitze... (Neuer Weg. 1956. 18) — По запасам древесины Советский Союз значительно опережает всех...*

Экономическая мощь Советского государства, его превосходство во многих отраслях промышленности подчеркивается даже в научной и научно-популярной литературе: *In der Sowjetunion glückte auch die Regeneration von synthetischem Kautschuk, die in den westlichen Ländern noch Schwierigkeiten macht* (Sandermann, Wilhelm, Grundlagen der Chemie und chemischen Technologie des Holzes (Основы химии и химической технологии древесины). Leipzig : Geest & Portig, 1956) — *В Советском Союзе растет уровень производства синтетического каучука, которое в западных странах до сих пор не развито*; *Der Weinbau in der Sowjetunion hat in der letzten Zeit große Fortschritte in Qualität und Quantität gemacht* (Kölling A. Fachbuch für Kellner (Справочник официанта). 1956) — *В последние годы в Советском Союзе значительно увеличивается количество производимого вина, а также улучшается его качество.*

В восточногерманской прессе восторженно описываются как успехи в развитии сельского хозяйства, так и передовые технологии СССР в области ядерной физики. Не будем оспаривать достижения советской экономики, остановимся лишь на способе подачи информации о них. Практически все сообщения о значительных успехах Советского Союза даются в сопоставлении с неудачами западных стран. Лексические оппозиции придают убедительность таким характеристикам: *kaum fähig ist* (вряд ли способен) — *nimmt immer mehr zu* (все время растет), *glückte* (успешно развивалось) — *Schwierigkeiten macht* (с трудом развиваться). Н. А. Купина отмечает, что в тоталитарном обществе целенаправленно внедряется миф об успехах и достижениях Советского государства (строя, народа) [Купина 1995: 63]. При этом истинность фактов может подкрепляться как прямыми лексическими сигналами: *weit an der Spitze* (на вершине успеха), *führend in der Welt* (ведущая в мире), так и статистическими данными: *Die USA-Produktion stieg infolgedessen von 1943 bis 1957 nur um ganze 13 % und von 1948 bis 1957 um 38 %. Die Industrieproduktion der UdSSR stieg dagegen von 1937 bis 1957 um mehr als das 5,5 fache und von 1948 bis 1957 auf das 3,3 fache.* — *Уровень производства США в результате вырос в период с 1943 по 1957 годы только на 13 %, а в период с 1948 по 1957 на 38 %. Уровень производства СССР, напротив, в период с 1937 по 1957 вырос более чем в 5,5 раз, в период с 1948 по 1957 — в 3,3 раза.*

Пресса ФРГ оценивает ресурсы СССР более сдержанно: *Die nördliche Hälfte der Sowjetunion ist Waldzone. Fast 30 % der Waldbestände der ganzen Welt befinden sich hier; allerdings ist ihr Holzzuwachs bei der Kälte und Nässe des Landes minimal, durchschnittlich etwa 1,1 Festmeter je Hektar* (Die ZEIT. 1950) — *Северная часть СССР — лесная зона. Почти 30 % лесных*

запасов всего мира сосредоточены здесь. Однако увеличение количества древесины при царящих здесь холодах и сырости минимально — примерно 1,1 кубометр на гектар.

4. Статус страны — образца для подражания. Восточнонемецкие газеты проводят политику насильственного внедрения, навязывания советских культурных образцов, начиная (а) с чайных и заканчивая (б) организацией танцевальных кружков и исполнением советских танцев: (а) *Teestuben — haben bei uns noch nicht die Bedeutung erlangt, die ihnen in anderen Ländern, z. B. in der Sowjetunion, in der Volksrepublik China und in Japan, zugemessen wird* (Kölling A. Fachbuch für Kellner (Справочник официанта). 1956) — *Чайные не имеют у нас пока такого значения, которое приписывается им в других странах, например в Советском Союзе, в Народной Республике Китай и Японии*; (б) *Wir sind auch für die Bildung von ständigen Turniertanzkreisen an unseren Klubhäusern. Sie sollen es sich zur Aufgabe machen, den guten Gesellschaftstanz zu pflegen und vor allem auch bekannte, schöne Gesellschaftstänze aus der Sowjetunion und den Volksrepubliken bei uns einzuführen und sie zu verbreiten* (Wochenpost. 1958. Nr. 23) — *Мы поддерживаем идею образования танцевальных кружков в наших клубах. Их задача должна заключаться в привитии любви к танцу и, прежде всего, в распространении танцев из Советского Союза и народных республик*. Требование внедрять культурные образцы СССР получает широкое распространение. Например, развлекательным заведениям **вменяется в обязанность публичное исполнение музыки советских композиторов**: *Durch die Anordnung über die Programmgestaltung bei Unterhaltungs- und Tanzmusik vom 2.1.1958 wird jede Gaststätte verpflichtet, bei allen musikalischen Darbietungen darauf zu achten, daß mindestens 60 % aller aufgeführten Werke von Komponisten geschaffen sind, die ihren Wohnsitz in der Deutschen Demokratischen Republik, der Sowjetunion oder den Volksrepubliken haben* (Kölling A. Fachbuch für Kellner (Справочник официанта). 1956) — **В соответствии с распоряжением о составлении программ (репертуара) развлекательной и танцевальной музыки от 2.1.1958 каждый ресторан обязан обращать внимание при музыкальном сопровождении на то, что не менее 60 % всех звучащих произведений должны быть созданы композиторами из Германской Демократической Республики, Советского Союза или народных республик**.

5. Статус государства — освободителя мира от фашизма. Наиболее часто СССР предстает в прессе ГДР как держава, освободившая мир от зла фашизма: *Der bevorstehende 40. Jahrestag des Sieges des Sowjetvolkes*



*und seiner Streitkräfte über den Hitlerfaschismus ist Anlaß, um bei jedem Teilnehmer das Wissen über die Bedeutung dieser welthistorischen Tat für die Rettung der Weltzivilisation und über die Pionierrolle der Sowjetunion in der Gegenwart zu festigen* (Neuer Weg. 1984. Nr. 24) — *Предстоящее 40-летие со дня победы советского народа и его армии над гитлеровским фашизмом* — это возможность еще раз закрепить в сознании всех участников понимание значения этого исторического подвига спасения мировой цивилизации и руководящей роли Советского Союза в современном мире; ...nach dem Sieg der Sowjetunion über die faschistischen Brandstifter (Neues Deutschland. 1953. 1 Nov.) — ...после победы Советского Союза над фашистскими захватчиками...

В соответствии с официальной идеологией ГДР статус Советского Союза как освободителя значительно повышается, так как СССР вызволил Восточную Германию из «тисков» капиталистического мира, дал свободу от эксплуататоров угнетенным немцам: *Nach der Befreiung vom Faschismus durch die ruhmreiche Sowjetunion hat unser Volk ...seine Grundrechte auf sozialökonomische, staatliche und nationale Selbstbestimmung verwirklicht* (Berliner Zeitung am Abend. 1974. 27 Sept.) — *После освобождения славным Советским Союзом от фашизма наш народ осуществил право на социально-экономическое, государственное и национальное самоопределение; ...wachsende Erkenntnis, daß die Sowjetunion das Befreiungswerk vollbracht hat* (Neues Deutschland. 1950. 16 Apr.) — ...рас-тущее сознание того, что Советский Союз осуществил освободительную работу...

Газета «Die Zeit» (ФРГ), напротив, освещает такие историко-политические факты о послевоенной жизни в Советском Союзе, которые развенчивают все мифы об СССР, старательно создаваемые в прессе ГДР: *Ilja Ehrenburg beschwerte sich kürzlich über den Antisemitismus in der Sowjetunion* (Die ZEIT. 1961) — *Илья Эренбург с сожалением говорил об антисемитизме в Советском Союзе; Nach Mitteilung der Internationalen Reparations-Agentur hat die Sowjetunion von Deutschland achtzehnmal so viel Reparationen erhalten wie sämtliche 19 übrigen Mitgliedsstaaten der Reparations-Agentur zusammen erhalten würden* (Ibid. 1950) — *По сообщению Межсоюзного репарационного агентства, Советский Союз получил от Германии сумму репараций, в 18 раз превышающую сумму, которую могли бы получить остальные 19 государств—членов репарационного агентства; Das private Eigentum und die Menschenrechte setzen ihnen eine Grenze und sorgen dafür, daß die staatlichen Pläne nicht in den Himmel wachsen. Nicht so in der Sowjetunion* (Ibid.) — *Частная собственность и права*

*человека призваны сдерживать действия государственной машины. Но в Советском Союзе все по-другому.*

Таким образом, печатные издания ГДР и ФРГ создают различные образы Советского Союза, определяемые государственной политикой этих стран. Лексема *Sowjetunion*, активно употребляемая в текстах печатных СМИ ГДР, является базовой идеологемой, выступающей в роли проводника мифов о советской действительности. Семантика той же лексической единицы, используемой в прессе западногерманской газеты «Die Zeit», как правило, лишена идеологических наслоений и, более того, развенчивает мифы о Советском Союзе, внедряемые в общественное сознание восточных немцев.

## Современное состояние советизмов: словарь, семантические и функционально-стилистические изменения

*З. С. Санджи-Гаряева*

Одна из задач современной лингвистики — осмысление ближайшей истории русского языка и изменений, происходящих в нем в конце XX — начале XXI века. Изменения в сфере лексики, актуальной для советского периода и называемой советизмами, мы можем сейчас наблюдать непосредственно. Современное состояние слов-советизмов — один из аспектов более широкой проблемы, выходящей за пределы лексики, связанной с историей русского языка и культуры XX и XXI веков [Пихурова 2005]. Динамические процессы, происходящие сейчас в сфере советизмов, представляют собой некий срез лексико-семантического строя русского языка, который отражает смену советского государственного устройства новой общественной формацией. Описание этого среза актуально потому, что именно сегодня, по горячим следам, необходимо запечатлеть момент выхода из старой системы культурных и идеологических ценностей и вхождения в новую, формирующуюся на наших глазах.

Наблюдения над употреблением советизмов в разных сферах современной русской речи ценны не только в плане оппозиций «старое — новое» и «пассивное — активное» слово, но и в аспекте более сложного взаимодействия элементов старого и нового. Некоторые советизмы, по разным причинам (заслуживающим отдельного внимания) потерявшие актуальность в 90-е годы, сейчас вновь появляются в языке, и, что более интересно и показательно, отдельные идеологически значимые лексемы советского периода не устаревают, а лишь трансформируются, при этом их базовые смыслы остаются почти неизменными. Эта мысль прозвучала, в частности, в докладе Н. А. Купиной на конференции «Советская

культура в современном социопространстве: трансформации и перспективы», проходившей в Уральском госуниверситете в 2008 году.

Исследователи отмечают зыбкость и неопределенность процессов, происходящих в семантике этих слов в настоящее время [Кронгауз 2008; Чудакова 2007; Кутенева 2008]. Словари, которые уделяют специальное внимание советизмам, едва зафиксировав одно состояние, вынуждены фиксировать другое (Скляревская 1998, 2007). Словари, представляющие советизмы в составе всей лексики русского языка (Кузнецов 2006), не отличаются последовательностью ни с точки зрения описания их исторической перспективы, ни с точки зрения толкования слов, в составе которых были или сохраняются «советские» значения, оттенки значений и коннотации.

Синхронический аспект этой проблемы включает в себя несколько направлений: особенности словарного отражения советизмов, характеристика семантических процессов и функционально-стилистических сдвигов в этой сфере лексики.

Лексикографическое описание советизмов отражает неустойчивое состояние этого пласта лексики в языке последних десятилетий, что объясняется незавершенностью в них различных процессов, в первую очередь семантических. Отсутствие единства и стабильности в словарной подаче советизмов объясняется также переменным характером их актуальности в разных видах современной речи.

Вначале остановимся на особенностях отражения советизмов в современных толковых словарях: принцип отбора советизмов, характер и набор помет, отмечающих признаки «советскости», особенности толкования. Для наблюдения взяты три словаря, отражающие состояние лексики русского языка конца XX и начала XXI века (Скляревская 1998, 2007; Кузнецов 2006). Словари различаются объемом лексики и задачами, о чем свидетельствует наличие подзаголовков у Г. Н. Скляревской и отсутствие их у С. А. Кузнецова. Нас интересуют два основных явления: устаревание (историзация) и актуализация советизмов. Самое очевидное и в целом более или менее последовательно фиксируемое словарями явление — историзация советизмов, в результате которой в русском языке появилось множество «свежих» историзмов типа *СССР, КПСС, обком, партком, партбюро, парторг, передовик производства, колхоз, колхозник, комсомолец, пионер, октябренок, социалистическое соревнование, ударник коммунистического труда, касса взаимопомощи, персональный пенсионер* и т. д. При этом следует подчеркнуть, что уходят в запас не только лексические (слова и устойчивые словосочетания), но и целые

классы семантических (*битва за урожай, штурм и штурмовать, вахта памяти, дети Октября, отец всех народов*) и коннотативных советизмов (*несгибаемый, славный, всемирно-исторический, пламенный, непобедимый*) [Пихурова 2005]. Актуализация советизмов — явление более сложное и на первый взгляд менее заметное — также происходит в русском языке последних десятилетий, о чем свидетельствует речевая практика и данные словаря (Скляревская 2007).

Прежде чем приступить к изложению наших наблюдений, остановимся вкратце на содержании термина «советизм», который активно используется в настоящее время в культурологическом и лингвистическом смысле. В узколингвистическом употреблении термин может иметь разное смысловое наполнение. Если его понимать широко, то к советизмам можно относить все лексические единицы и устойчивые словосочетания, возникшие в советский период и обозначающие реалии советской действительности. Это и нейтральные номинации типа *трудодень, зарплата, целинник, наставник, МТС, ДОСААФ, ИТР, АПК, учхоз, управдом, прораб, алкаш, шабашник, достать, выбросить* (товар в магазине), *буфетчица, бытовка, вратарь, продленка, профориентация, профилакторий, прораб, бытовка, интернат* (учебное заведение и дом для престарелых или больных людей), *алкаш, инвентаризация* и единицы, имеющие в своем составе идеологические компоненты (целые отдельные значения или оттенки значений), например: *большевик, коммунист, Коммунистическая партия, комсомол, передовик, линия партии, товарищ (товарищ Сталин), активист, светлое будущее, народное хозяйство, пятилетний план, битва за урожай, идея, борьба, штурм*. С таким пониманием советизмов согласуются определения И. Ф. Протченко [1975, 1984] и Н. М. Шанского [1987]. Термин «советизм» нередко подменяется термином «идеологема», получившим широкое распространение в разных научных областях, в том числе в лингвистике [Сарнов 2002; Гусейнов 2003; Кронгауз 2008]. Однако термин «идеологема» используется уже не только для описания советского дискурса, поэтому он должен атрибутироваться словом «советский» [Купина 1995; Романенко, Санджи-Гаряева 2004; Кутенева 2008]. К тому же в практическом применении он нередко выходит за пределы соответствующего понятия, в результате чего идеологемой называется все, что появилось в языке советского времени. Разграничение советизмов и идеологем, на наш взгляд, принципиально, поскольку большой массив слов, возникших в советское время, не имеет прямой идеологической окрашенности, т. е. далеко не всякий советизм — идеологема. Современная же судьба тех и других неодинакова. Основной

массив так называемых нейтральных советизмов, т. е. безоценочных слов, называвших различные конкретные реалии советской жизни, характеризующих и отражающих советский быт, остался в активном употреблении в современном русском языке. Речь идет о многочисленных и тематически разнообразных группах слов, обозначающих, например, отрасли производства, производственные процессы, наименования людей по профессии и по роду занятий [Протченко 1975, 1984], спортивная терминология, наименования учреждений, неполитических организаций и т. д. В словаре Г. Н. Складневской (1998) советизмы такого типа не находят отражения, и это вполне объяснимо и согласуется с целью словаря: авторами были отобраны, во-первых, ключевые советские идеологемы, так как языковые изменения касаются прежде всего их: *партия, партийный, идея, идейный, коммунист, коммунистический, товарищ, передовой, стахановец, загнивание капитализма, тлетворное влияние Запада, коммунистическое завтра, единство, сплоченность, доблестный, лениниана, пропагандист, лозунг, маяк, почин, происки* и т. д. Во-вторых, слова, которые обозначали негативные, резко осуждаемые с новых общественно-политических позиций стороны советской реальности: *запись* (на покупку какой-то вещи), *заокеанский, радиоголоса, достать, доходяга* (лагерный), *контролер* (общественный), *осведомитель, принудилровка, распределитель, валютчик, талон, талонщик, спекуляция, спекулянт, соцреализм* и т. д. И те и другие советизмы даются составителем словаря с пометой «уход слова в пассивный запас».

В толковом словаре русского языка С. А. Кузнецова советизмы отражены весьма своеобразно. Это своеобразие можно объяснить исходными положениями автора и составителя, сформулированными в предисловии к словарю и, на наш взгляд, несколько противоречащими друг другу. Положение первое: «основная задача — дать полную характеристику слова ... а также показать исторические, эстетические, символические смысловые нагрузки слова» (Кузнецов 2006: 3). Положение второе: «значительные пласты лексики ... получили в словаре более точные толкования, лишённые идеологической нагрузки» (Там же). Стремление очистить слова от «идеологической нагрузки», т. е. следовать второму принципу, во многих случаях приводит к тому, что нарушается первое положение: в словах, советских по происхождению, исчезает их историческая смысловая составляющая. По этой же причине в словаре не находят места ключевые идеологемы советского периода. Как нам кажется, словарь, претендующий на статус быть «универсальным справочником по современному русскому языку» (Там же), должен дать пользователю

полное представление об объеме лексического значения слов, возникших в советское время, с указанием на то, сохранился ли «советский» (исторический) след или утратился. В противном случае нарушается принцип преемственности и историзма в лексикографии, и порой создается впечатление, что советский период не внес никаких изменений в лексику русского языка, не повлиял на семантическую структуру слов. Материалы словаря убеждают нас в стремлении составителей свести к минимуму состав лексических советизмов и затушевать семантический след «советскости». В качестве примера можно привести описание слова *запад*. В нем выделяется два значения: 1. «одна из четырех сторон света и направление, противоположное востоку»; 2. «местность, лежащая в этом направлении, страны Западной Европы» (Кузнецов 2006: 335–336). Значение «страны Западной Европы и Америки, при противопоставлении странам социалистического содружества» снято. В словаре не всегда соблюдается последовательность в использовании помет, указывающих на «советскость» слов или значений: в одних случаях есть помета «в СССР» (*обком, обкомовский, комсомол, нэп*), в других нет, например, *горком, колхоз, диссидент*.

В словаре также не снабжены пометами временной отнесенности многочисленные семантические советизмы, т. е. никак не маркируются «советские» значения в составе многозначных слов. Например, в слове *низовой* значение «непосредственно связанный с низами, с широкими слоями населения» (семантический советизм) сейчас явно устарело, об этом можно догадаться лишь по иллюстрациям: *низовые организации, низовой работник, низовая печать*. Неясно, почему без соответствующей пометы и без примеров в словарь включаются известные советизмы, значение которых сейчас мало кому известно. Примером может служить слово *обезличка*, которое имело значение «неправильный распорядок работы, при котором отсутствует личная ответственность работника за порученное дело», оно потеряло свою актуальность в конце 50-х годов и фактически давно устарело. В словаре оно толкуется несколько некорректно — путем отсылки к глаголу *обезличиться*, в котором два значения. Примеров такого типа можно привести множество. У составителей словаря было два пути: либо давать семантические советизмы с маркированным историческим значением, т. е. с пометой, либо не включать их в структуру значений, так как в современном русском языке они утратили актуальность. Помещение в словарь бывших советизмов, не имеющих денотатов в современной действительности, на наш взгляд, несколько некорректно.

Перед составителями толковых словарей, решившими так или иначе отразить современное состояние лексики советского периода, стоит невероятно трудная задача. Это связано прежде всего с семантическими изменениями советизмов, которые столь динамичны, прихотливы и далеко не окончательны, что сейчас говорить о сколько-нибудь длительном прогнозе словарной судьбы советизмов не представляется возможным. Исчезновение денотата, уход его в историю, изменение денотативного пространства (расширение или сужение), изменение семантического вектора и т. д. позволяют говорить во многих случаях о семантической трансформации слов-советизмов.

Наиболее сложный и прихотливый путь проходят советизмы с идеологическим компонентом, и сегодня еще нельзя утверждать, что их статус и место в языке и в словаре окончательно установились. Семантическая трансформация ключевых слов советского общественно-политического обихода, относящихся к разряду идеологем, приводит к тому, что они «растворяются» (метафора М. О. Чудаковой) в современных словарях. В качестве иллюстрации приведем слова *авангард*, *революция*, *партия*. В словаре Скляревской (1998) *авангард* дано как слово, уходящее в пассивный запас, с пометой «в советское время», и толкуется как «лидирующая часть господствующей общественной группировки, класса» (о Коммунистической партии, пролетариате). Соответственно прилагательное *авангардный* толкуется как «передовой» (в советское время). В словаре Скляревской (2007) появляется омонимия: *авангард*<sup>1</sup> — «передовая часть войск» и *авангард*<sup>2</sup> — «течение в литературе и искусстве». При первом омониме есть 2-е значение — «наиболее активная лидер. часть общ. группировки». Пример: *авангард демокр. сил*. То есть «советское» значение вошло в расширившееся значение и растворилось в нем. Причина словарного изменения в данном случае — расширение денотативного пространства слова. В словаре С. А. Кузнецова слово толкуется так же. Подобное же происходит со словом *партия*. В советское время *партия* означало только «КПСС» и стало конденсированным наименованием, т. е. употреблялось без определения. В постсоветское время, с появлением многопартийности, денотат слова расширился, и оно стало означать любую партию. Становление этого значения отражается в словарях Г. Н. Скляревской и С. А. Кузнецова. В словаре Скляревской 1998 года значение *КПСС* было дано с пометой «уходящее в запас», в словаре 2007 года *партия* толкуется как «политическая организация, обладающая иерархически организованной структурой, отражающая интересы определенного общественного строя, стремящегося к завоеванию



власти». Сюда же можно было бы отнести слова *революция, революционный*. Слово *революция* ни в одном из современных словарей не дается со значением «Великая Октябрьская социалистическая революция». Но в словарях Скляревской 1998 и 2007 годов оно дано в качестве актуального слова с примером — *сексуальная революция*.

Другой случай — реисторизация советизмов. Например, слово *советский* в перестроечные годы, безусловно, стало восприниматься как устаревающее. Это нашло отражение в словаре Г. Н. Скляревской 1998 года, в котором два значения: «относящийся к стране Советов» и «возникший, рожд. в СССР» — даны как уходящие в пассив. В словаре 2007 года оба эти значения уже даются без помет устарелости, в качестве актуальной лексики (*советское пространство, советская наука*). У С.А. Кузнецова квалификация этих слов не очень ясна, так как есть помета «в СССР», кроме того, в этом ряду слова с частью *сов.* (*совнарком, совнархоз*), явно устаревшие. Значит, автор отмечает тенденцию к устареванию.

Анализ толковых словарей последних лет (Скляревская 1998, 2007; Мокиенко, Никитина 1998; Кузнецов 2006; и др.) и наблюдение за живым функционированием советизмов в разных сферах речи (устная и художественная речь, речь СМИ) дает возможность соотнести словарное состояние и семантические трансформации, связанные с их употреблением. В качестве иллюстрации рассмотрим трансформацию некоторых оценочных слов-советизмов, относящихся к денотативной сфере «общественные явления».

Мы исходим из того, что существуют три типа советизмов: лексические (слова, возникшие или актуализировавшиеся в 20–70-е годы XX века), семантические (новые значения старых слов) и коннотативные (новые оттенки значений). Судьба советизмов в значительной степени зависит от их принадлежности к типу советизмов и от характера оценки, положительной или отрицательной. Среди наименований положительных явлений — это главным образом оценка деятельности Коммунистической партии и советского народа — наиболее интересные процессы происходят в семантических советизмах. Прежде всего следует отметить, что советизмами они были в составе устойчивых словосочетаний, например: *благо народа, революционный гуманизм, мудрость партии, резерв партии, преданность делу Ленина, генеральная линия* и др. В результате утраты определенной сочетаемости такие слова теряют свою «советскость», т. е. нейтрализуются.

Важным показателем трансформации семантики советизмов является перемещение «советских» значений вследствие их деактуализации на

периферию внутрисловного пространства, что в конечном итоге также ведет к их нейтрализации. Такие перемещения происходят, например, в словах *идея, массы, бой, вахта, триумф, уверенность*. Семантический советизм *массы* (*народные массы, нести знания в массы*) был очень актуален для советского языка, но в конце XX века народ перестают называть словом *массы*, и перемещение этого значения на последнее место в словаре Кузнецова (2006) говорит о его постепенном уходе в пассивный фонд. Подобные внутрисловные сдвиги, отражающие деактуализацию «советских» значений, происходят, судя по словарным описаниям, в словах *бой* и *вахта*. В результате *бой* утрачивает революционную семантику, а *вахта* теряет значение коммунистически окрашенной торжественности и самоотверженности (ср.: *вахта памяти, праздничная вахта*).

Интересные явления, связанные с советизмами, происходят не только на уровне ЛСВ, но и на уровне коннотаций, сформировавшихся на идеологической основе. Коннотативные советизмы в конце XX — начале XXI века утрачиваются. Это касается огромного класса гиперболически-оценочных прилагательных типа *всемирно-исторический, великий, славный, героический, непобедимый*, существительных с общественно-политической семантикой *авангард, идеал, штурм, романтика, резерв, учение* и др. Особого внимания заслуживает слово *авангард*, которое приобрело «советский» оттенок в 30-е годы (Ушаков 1996), это «передовая часть какой-нибудь общественной группы, ведущая за собой массы»: *Коммунистическая партия — авангард рабочего класса*. В словаре Евгеньевой (1981) оттенок становится самостоятельным значением, т. е. семантическим советизмом, в конце XX и начале XXI века идеологическая коннотация снимается, но словарь Кузнецова (2006) сохраняет прежнее толкование, расширяя лишь его сочетаемость: *Авангард демократических сил*.

В заключение следует отметить, что трудно говорить об однотипных трансформациях целых классов слов, так как каждая лексическая единица имеет свою судьбу. Анализ только небольшой группы слов убеждает в том, что семантическая история советизмов в XXI веке еще не завершена, она продолжается в живой речи и в словарях отражена по-разному.

И наконец, особый аспект судьбы советизмов — изменение их функционального статуса, превращение их из номинативных единиц в экспрессивно-стилистические.

Взрыв рефлексии над советизмами, который пришелся на перестроенные 90-е годы, в XXI веке сменился спадом интереса к советскому как объекту критики и к советизмам как предмету языковой оценки. Однако их функционирование в разных сферах современной речи убеждает нас в

том, что советизмы продолжают служить источником средств и приемов выразительности в художественной и публицистической речи. Об этом свидетельствует материал, извлеченный из таких изданий, как «Новая газета» (далее НГ), «Известия», «Аргументы и факты» (далее АиФ). Целью использования советизмов и их модификаций в последнее десятилетие является не непосредственная оценка советизмов как явлений жизни и явлений языка, а оценка современной политической реальности.

Прежде всего в современной газетной речи советизмы продолжают быть средством выражения иронии: *Владимирские любители Путина собирались в среду в областном дворце культуры и продолжительными овациями поддерживали тезис о том, что Россия в кольце врагов... Эти темные силы бросают всю свою энергию, чтобы помешать* (НГ. 2008. 7 янв.); *Заявление Путина расценивается как товар для внутреннего идеологического рынка, на котором сейчас хорошо продаются происки врага* (Там же. 2007. 2 дек.); *И тут показали они, президент и его преемник. Они шагали по брусчатке, и ветер сек их мужественные лица* (Известия. 2008. 10 марта); *Описывая всемирно-историческое значение В. В. Путина, Павловский заявляет буквально следующее...* (НГ. 2008. 12 апр.), — а также ерничества: *В доме культуры поселка Вахруши электричества к приезду Губенко не оказалось. Это вызвало некоторое недоумение гостя, который помнил, что его друзья-соратники когда-то обеспечили всеобщую электрификацию страны. Неужели поселок Вахруши выпал из знаменитого ленинского плана ГОЭЛРО?* (Там же. 2 дек.).

Для оппозиционной прессы, подчеркивающей усиление диктатуры одной политической силы в современной России и постоянно намекающей на сходство современной власти с советскими структурами, характерен перенос советских номинаций *вождь, соратник, генсек, чекист* на современных политических деятелей, например: *Проход двух соратников по брусчатке Красной площади оказался самым эффектным эпизодом послевыборной ночи* (Известия. 2008. 15 марта); *Очевидна политическая цель внезапного возрождения советской парадной традиции: на трибуне бок о бок два вождя-соратника...* (НГ. 2008. 24 апр.); *О создании Парламентского центра сообщил генсек «Единой России» Вячеслав Володин во время декабрьского визита в Саратов* (Там же. 10 февр); *И после 2 декабря, если в Думе не будет оппозиции, партия Путина получит тотальную власть, а сам он станет ее генсеком, и тогда их ничто не остановит* (Там же. 2007. 3 окт.); *Специальный репортаж из Страсбурга, где российских ученых, обвиненных в шпионаже, признали пострадавшими от карьеризма и невежества чекистов* (Известия. 2007. 14 июля);

На днях навестила даже ФСБ. Раньше сотрудники госбезопасности заглядывали в городскую администрацию частным порядком, а по служебной надобности не приходили лет десять. Сейчас **чекисты** попросили предъявить документы о покупке картриджей и моющих средств за два года (НГ. 2007. 27 нояб.).

Из советского языка заимствуются не только готовые слова, но и словообразовательные модели, по которым легко угадываются прототипы наименований лиц, например путинцы (ленинцы) или путинисты (сталинисты): Правда, Медведеву в колхозе им. Путина удача не улыбнулась. Фаворитом **«верных путинцев»** стал Геннадий Андреевич Зюганов (НГ. 2008. 25 марта); Параноидальный страх верных **«путинистов»** перед любым проявлением инакомыслия — без комментариев (Там же. 2007. 6 дек.).

Распространенный прием экспрессивизации в оппозиционной прессе — использование устойчивых выражений и словосочетаний, лозунгов советского языка в первоначальном или трансформированном виде:

словосочетания: Как из советской **дружбы народов** выросла нынешняя жуткая ненависть к инородцам? Вчера нас окружали братья и соседи, а сегодня нам их преподносят как врагов и нахлебников (АиФ. 2007. 23); «Дальнозоркость» русского взгляда: мы плохо видим ближайшие шаги, зато должны иметь некоторый образ **светлого будущего** (НГ. 2007. 13 июля); Они смогут закрыть границы, отобрать у людей собственность, поставить под контроль Интернет — они будут искать и находить **«врагов народа»**, «шакалящих у посольств» (Там же. 4 февр.); Это был первый бескорыстно-гуманный поступок «империи зла!»; **Краткие курсы** частного предпринимательства;

лозунги: Доехали: **мы говорим «Ленин» — подразумеваем «Единая Россия»!** (Там же. 2008. 19 апр.); 2 декабря — **все на Пенсионный референдум! Все на борьбу с «Наследием Путина»!**;

крылатые выражения: Нацпроекты шагают по стране, доказательство чему — тысячи вновь народившихся ребятишек, которые сейчас орут в колясках или сопят в кроватках (Известия. 2007. 13 авг.); Так вот, ограничивая возможности для агитации конкурентов, «Единая Россия» **и примкнувший к ней** административный ресурс невольно создали искусственный дефицит политической рекламы (Там же. 12 окт.).

Таким образом, подавляющее большинство советизмов с идеологическим компонентом в значении (лексических, семантических и коннотативных) ушло в пассивный запас, что находит, хотя и не всегда последовательное, отражение в словарях. Часть семантических советизмов

трансформируется (нейтрализация, смена вектора, расширение, сужение денотата). «Следы» советизмов еще явно ощущаются в разных сферах современной речи: они довольно активно используются в качестве выразительных средств с целью иронии и ерничества.

### **Источники материала**

Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб. : Норинт, 2006. 1536 с.

*Мокиенко В. М., Никитина Т. Г.* Толковый словарь языка Совдепии. СПб. : Фолио-Пресс, 1998. 704 с.

Словарь русского языка : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. М. : Рус. яз., 1981–1984.

Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. проф. Д. Н. Ушакова. М. : Терра, 1996.

Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г. Н. Складневской. СПб : Фолио-Пресс, 1998. 700 с.

Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Складневской. М. : Эксмо, 2007. 1136 с.

## Религионизмы в словарях советского периода: приемы манипуляции

*Ю. Н. Михайлова*

Советская эпоха оказала огромное влияние на языковое сознание носителей русского языка, она «внесла в русское национальное самосознание специфические черты, которые, отлившись в устойчивые вербальные формы, в стереотипы, на длительный период стали определять отношение к тем или иным сторонам и явлениям действительности, влиять на поведение носителей языка, на позицию “я” в мире» [Караулов 1994: 202]. Важной частью идеологической работы Советского государства являлось формирование нового, советского, единого духовного пространства, обязательной чертой которого должно быть выравненное массовое историко-материалистическое сознание с заложенной в нем общей исторической мифологией. Советская идеологическая система воздействовала на сознание носителей национальной культуры, внедряя в него новые идеологемы и мифологемы [Купина 1995], обеспечивая принципиально важное для советской культуры единство семантической информации.

Любое общество основывается на определенной ценностной системе, на религиозных и этических принципах. Духовным ядром русской национальной культуры является православие, именно поэтому в период тоталитаризма православие и все с ним связанное подвергалось очень существенному давлению и преследованию. Прочные традиции православия, сложное переплетение вредных и нужных представлений, существовавшие в новом, советском обществе, заставляют власть насаждать сверху необходимые для развития страны ценности, прибегая к различным приемам манипуляции. Под м а н и п у л я ц и е й понимается скры-

тый вид духовного, психологического воздействия с целью обеспечить выгодное манипуляторам поведение, это программирование психологической структуры личности. Значительным потенциалом манипулирования общественным сознанием в советское время обладали все печатные издания, в том числе и словари, которые выполняли воспитательно-пропагандистские функции. Через тексты и иллюстрации проводилась языковая политика государства, осуществлялась трансляция ведущей системы ценностей и внедрение ее в сознание читателей. Власть контролирует культуру, выделяя отдельные элементы из общей массы, придавая одним особый вес, принижая ценность других. Появление или исключение из дискурса любой темы обусловлено интересами власти, за этим также скрывается манипулятивная технология.

Православие мешало насаждению идеологического мышления, и поэтому сфера религии в эпоху тоталитаризма являлась закрытой. В советском обществе был другой объект для поклонения и сакрализации — коммунизм, а не православие, Ленин, а не Бог. Одним из результатов подобной языковой политики стало упрощение словаря за счет вытеснения религиозно-философской лексики [Купина 1995]. Советское общество было атеистическим, из официально-тоталитарного пространства советской культуры была удалена церковь как идеологический институт, ее место заняла партийная пропаганда, и атеистическое воспитание было жестко вписано в институты советского образования. «Атеистическое воспитание — систематическое формирование научно-материалистического мировоззрения в условиях, когда религия существует как одна из форм общественного сознания. Основное содержание атеистического воспитания составляет распространение научных знаний о природе, обществе, человеке и религии, раскрытие происхождения и сущности религии, ее социальных корней, ее противоположности науке, несовместимости с коммунистической идеологией. Победа социализма подрывает социальные корни религии и тем самым создает условия для сознательного, последовательного процесса освобождения населения от религиозных пережитков» [БСЭ, т. 2: 370]. Задачей языковой политики в советское время было воспитание атеистического мировоззрения советского человека. Атеистическое мировоззрение являлось тем средством, которое позволяло стать новым, советским человеком. Пропаганда атеизма, как уже говорилось, проводилась через все общественно значимые издания, в том числе и через толковые словари.

Толковый словарь может быть осмыслен как агент определенного идеологического влияния, поскольку не только отражает лексический

состав языка на определенном этапе его развития и дает информацию о языке, но и является источником несобственно-лингвистических, культурологических знаний. Через иллюстративный материал, через систему помет, а также через само толкование в словарной статье пропагандируется культурно-ценностная информация, формируется общественное мнение в отношении религии. Толковые словари, предназначенные для широкого читателя, ставили перед собой цель воспитать читателя с антирелигиозным мировоззрением.

Цель нашего исследования — показать, как представлена религиозная лексика в толковых словарях советского времени (сталинского периода), и через это представление выявить используемые приемы манипуляции и тенденции тоталитарной культуры.

Внеязыковая действительность оказывает существенное влияние на развитие системы языка и прежде всего на лексический уровень. Язык меняется в зависимости от того, какая культура главенствует в обществе. Анализируя два типа культуры, которые доминировали в обществе в послереволюционное и предвоенное время, А. П. Романенко отмечает, что язык менялся в зависимости от того, какая культура главенствовала в обществе. Язык культуры 20-х годов (ленинский период советской истории) базировался на старом языке интеллигенции, хотя и с некоторыми изменениями. В 30-е годы (сталинский период советской истории) пришел новый тип культуры — массовая культура, и, как следствие этого, «старый» язык поменялся на «новый». «Новый» язык порвал связи с предшествующими культурными традициями, стал языком массовым, «своим». «Новый» язык должен был отвечать требованиям простоты, доступности, ясности, поэтому он насильственно упрощался [Романенко 2000]. Именно такой язык зафиксирован в толковых словарях советской эпохи. Об этом пишут сами составители словарей. Так, в предисловии Толкового словаря русского языка (под общ. ред. Д. Н. Ушакова. М. : ГИС, 1935–1940) читаем: «История словарей показывает, что каждый из них является отражением классовых интересов своей эпохи. Изучая словари, можно видеть, что привносилось в накопленное ранее богатство, что и как в нем перерабатывалось новым, завоевывающим господство классом. Выпускаемый словарь — попытка отразить процесс переработки словарного материала в эпоху пролетарской революции, полагающей начало новому этапу в жизни русского языка, и вместе с тем указать установившиеся нормы употребления слов». Словарь Ушакова стал первым словарем, в котором была кодифицирована идеологическая норма тоталитарного общества, т. е. система догм, предписывающая единственно возможную оценку



предмета или понятия со строго определенных культурных (а фактически идеологических) позиций. В предисловии также указано, что данный словарь прошел политическую цензуру, главной функцией которой была проверка идеологической безупречности содержания: «Политическая редакция принадлежит Ф. Я. Кону, А. А. Болотникову, П. А. Казанскому».

В первых изданиях Словаря русского языка С. И. Ожегова (1949 или 1953 года) также зафиксирована жесткая идеологическая норма. Об этом можно судить, например, по таким замечаниям, сделанным автором: «Однотомный словарь русского языка является руководством к правильному (выделено нами. — Ю. М.) употреблению слов». Поскольку любое проявление религиозной приверженности осуждалось, авторы всех изданий должны были точно следовать официальной идеологии и прямо выражать атеистическую позицию. Поэтому идеологические установки переходили из одного словаря в другой: подобные мысли высказаны в первых изданиях Большого и Малого академических словарей.

В словаре Ушакова (далее СУ) и в словаре Ожегова (М. : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1953. Далее СО) сталинского периода (1953) религиозная лексика была представлена крайне неполно, как дефектная система. Не были включены многие слова и устойчивые словосочетания, связанные с религией, отсутствуют, например, *тайная вечеря*, *прощеное воскресенье*, *каяться*, *спас*, *вознесение* и др. Если в СУ представлены практически все главные христианские праздники, то в СО только два — *Рождество* и *Пасха*. Устранение из СО православных праздников соответствовало тоталитарной идеологии, признающей эти явления пережитком религиозной старины. Таким образом, господствующая тоталитарная культура, сокращая религиозно-философскую терминологию, насильственно сужала данный участок картины мира носителей русского языка, и в этом можно видеть проявление манипулятивной технологии.

При толковании религиозизмов практически не используется номинация *православие*, в отличие от названий других религий. Эта лексема замещается неопределенным оборотом *у верующих* или отрицательно окрашенным *у суеверных людей*. В замалчивании православия также проявляется, на наш взгляд, языковая политика советской власти, манипулирование общественным сознанием, поскольку большая часть жителей СССР исповедовала православие.

Кроме количественной ущербности, сфера религиозной лексики претерпела в советских словарях и серьезное вмешательство в ее содержание. Дефиниции в словарных статьях не отличались научной

объективностью, так как они должны были вписываться в систему господствующей идеологии. Определенная идеологизированность может обнаруживаться в языке любого общества — как идеологически дифференцированного, так и недифференцированного [Купина 1995]. Принципиально важным является вопрос о формах и способах проявления идеологизированности языковых единиц. Идеологизированность находит свое воплощение в социальных оценках, присутствующих в семантике слова или сопровождающих ее. Под социальной оценкой обычно понимают «оценку, производимую сознательно и целенаправленно приносимую в семантику языковых знаков в процессе номинации явлений и понятий общественно-политической жизни со стороны общественных классов, партий и социальных групп» [Солганик 1984]. В другом случае идеологизированность находит проявление в специальном «идеологическом» компоненте семантики языкового знака.

Идеологическая однозначность восприятия содержания лексики русского языка советской эпохи всегда определялась с марксистско-ленинских позиций («наше, социалистическое» давалось со знаком плюс; «не наше, чуждое социализму» — со знаком минус). Таким образом, основу мировоззренческого аспекта толкования лексического значения составляла оппозиция «свой—чужой». Религиозная сфера вытеснялась за пределы «своего» и, как следствие, оценивалась негативно. К примеру, слово *религия* в СО имеет только одно значение — «одна из форм идеологической надстройки». Оно полностью соответствует марксистскому учению, отвечает основным понятиям исторического материализма, согласно которому надстройка осмысливается как «совокупность идеологических отношений, взглядов и учреждений» [БСЭ, т. 2: 526] и определяется базисом — «совокупностью исторически определенных производственных отношений» [Там же]. В советском обществе считалось, что религия, будучи элементом надстройки, существует как пережиток [Там же: 527]. Именно поэтому составители словарей, претворявшие в жизнь языковую политику советского государства, должны были подчеркивать несовременность, неактуальность религиозных понятий, наносящих вред передовому мировоззрению. Подтверждение этому находим в иллюстрациях словарной статьи *религия*: *Религия есть опиум для народа. Религия есть один из видов духовного гнета, лежащего везде и всюду на народных массах, задавленных вечной работой на других, нуждой и одиночеством* (СУ).

Воинствующее атеистическое отношение к религии находит выражение и в словарных толкованиях. Например: *МИСТИКА* «**Враждебная науке вера в божественное, в таинственный сверхъестественный мир**»

(СО); *ТЕЛЕОЛОГИЯ «Враждебное диалектическому материализму идеалистическое течение, считающее, что все в природе устроено целесообразно и что во всяком развитии осуществляется заранее поставленная цель»* (СО). В текстах словарных статей присутствует идеологема врага: *враждебный* — «исполненный вражды, ненависти, неприязненный» (СУ). При этом враг персонифицируется: это верующий человек, носитель религиозного сознания, который препятствует идеологическому коммунистическому воспитанию человека новой формации.

Языковая политика государства опиралась на труды классиков марксизма-ленинизма. Марксизм объясняет существование религии реальными общественно-историческими отношениями: с появлением классового общества это отношения, построенные на эксплуатации человека человеком. Превратный мир торжествующего зла и несправедливости рождает превратное сознание, в котором растоптанная в этом мире человечность обретает фантастическое в потустороннем мире. Переноса осуществление своих идеалов за пределы «этого» мира, религия примиряла человека с реально существующей общественной несправедливостью, что было крайне вредно с точки зрения социалистов. Поэтому К. Маркс характеризовал религию как «вздых угнетенной твари, сердце бессердечного мира, дух бездушных порядков, опиум для народа» [Маркс, Энгельс 1971: 415], то, что отвлекает от классовой борьбы. Позиция классиков находила выражение в использовании следующих характеристикаторов, выражающих пренебрежительное отношение к религии: *ВЕРУЮЩИЙ* «Человек, который верит в бога, в религиозные предписания и **предрассудки** и исполняет церковные обряды»; *ИЕЗУИТ* «1. Католический монах, член так наз. “Общества Иисуса”, являющегося опорой папства и **самой черной реакцией, не брезгающего любыми средствами для достижения своих целей в борьбе с прогрессом и демократией**»; *ПОМИНКИ* (разг.) «**Печальное религиозное старинное — угощение после похорон в память умершего**».

Семантическое своеобразие единиц религиозной сферы в толковых словарях советской эпохи проявлялось в идеологизированных семемах либо в идеологически окрашенных семах, осложняющих денотативное содержание. Идеологизированные семы могли включаться во все макрокомпоненты значения. Идеологизированность, яркая социальная оценочность лексики русского языка советского периода находили то или иное отражение в лексикографическом описании содержания словесных единиц и определяли их семантическую специфику как на уровне отдельного значения, так и на уровне всей семантической структуры словесного

знака. Искусственность лексикографических идеологических добавок особенно заметна в эпоху либерализации языка. В объяснительной части словарной статьи наблюдаем следующие лексикографические приемы, с помощью которых идеологически корректировалась семантика религиозных понятий:

- опущен какой-либо существенный компонент (или целый их комплекс) понятийного содержания слова;
- изменена последовательность значений многозначного слова по степени их ценности, или исключено одно из значений;
- изменена последовательность релевантных признаков понятия;
- в толкование внесены оценочные элементы;
- целенаправленно подобраны речевые иллюстрации.

Внедрение таких лексикографических приемов позволяет говорить не просто о подмене слов и понятий, а об использовании языковых конструкций с точно измеренными эффектами воздействия на массовое сознание. Вследствие этого стало возможным говорить о такой технологии манипуляции сознанием, как изменение смысла слов и понятий.

Покажем действие советской идеологии на конкретных примерах. В определениях лексики православной сферы часто используются как синонимы слова *религиозный*, *мистический*, *мифический*, которым составители словаря приписывают общее значение «вымышленный». Например: **ЗАГРОБНЫЙ** «*По религиозно-мистическим представлениям: наступающий после смерти*» (СО); **ХЕРУВИМ** «*В религиозной мифологии — ангел высшего чина*» (СУ); **АНГЕЛ** «*В религиозной мифологии: сверхъестественное существо, якобы действующее по воле бога*» (СО); **АНГЕЛ** «*В религиозной мифологии — бесплотное существо, исполняющее приказания бога*» (СУ). По данным словарей синонимов, вышеуказанные слова в значении не сближаются. Так, к слову *религиозный* приводится следующий синонимический ряд: *верующий, набожный, богомольный, богобоязненный, благочестивый*; к слову *мистический* — *сверхъестественный, таинственный, невероятный, чудесный*; к слову *мифический* — *сказочный, легендарный, баснословный, фантастический*. Как можно видеть, синонимические ряды данных лексем не пересекаются. Это своеобразные идеологические синонимы, за которыми стоят мировоззренческие оценки, основанные на оппозиции «свой — чужой». Составители толковых словарей советского времени, постоянно совмещая, взаимозаменяя понятия *религиозный*, *мистический*, *мифический*, способствовали их семантическому отождествлению, синонимизации.

Авторы словаря реализовали идеологическое предписание — бороться с религиозным мировоззрением как ненаучным, нематериалистическим.

Проявление языковой политики и строго идеологической ориентации словаря можно видеть и в таком явлении: значения многих лексем, обозначающих религиозные обряды — *креститься*, *венчаться* и под., представлены как каузативные, т. е. «кто-то выполняет действие под воздействием другого лица», ср.: *КРЕЩЕННЫЙ* «*Подвергшийся обряду крещения*»; *ИСПОВЕДОВАТЬСЯ* «*Подвергнуться (-гаться) исповеди*». Согласно официальной идеологии, проповедующей атеизм, добровольное принятие религиозных обрядов было невозможным в советском обществе, поэтому субъект такого действия как бы не по собственной воле участвует в религиозном таинстве, а испытывает внешнее воздействие, можно сказать, подвергается насилию.

В СО значениям многих слов религиозной сферы приписывалась отрицательная коннотация, в чем также проявляется манипулятивная технология. Отрицательная оценка по отношению к обозначаемому регулярно передавалась при помощи некоторых слов, которые использовались как идеологические ярлыки: *дурман*, *культ*, *миф*, *суеверный*, *схоластический*, *пережиток*, *религиозные предрассудки* и др. Эти добавки отражали наличие прагматического идеологического компонента в лексическом значении религиозиизма. Ср.: *БЕЗБОЖНИК* (разг.) «*Человек, отрицающий существование бога, борющийся с религиозным дурманом*» (СО); *ВЕРУЮЩИЙ* «*Человек, который верит в бога, в религиозные предписания и предрассудки и исполняет церковные обряды*» (СО); *ТЕОСОФИЯ* «*В буржуазной философии: совокупность суеверных представлений о возможности мистического постижения божества и общения с так наз. потусторонним миром*» (СО). В последнем примере использован еще один манипулятивный прием: маркер *в буржуазной философии* выполняет роль «ограничителя обстановочного контекста» [Михайлова 1998], отрицая тем самым существование подобного научного направления в советской философии.

В СО и СУ толкования религиозиизмов сопровождаются сигналами субъективной модальности со значением «сомнение в достоверности существования объекта». Нереальная модальность регулярно передается частицами *якобы*, *как бы*, *будто бы*, несвободным сочетанием *так называемый* и некоторыми знаменательными частями речи (например, *считаемый*), которые подчеркивают фантастичность, вымышленность существования денотатов, ср.: *РАЙ* «*В религиозно-мистических представлениях: место, где якобы души умерших “праведников” ведут*

блаженное существование»; АПОКАЛИПСИС «Книга **так наз.** “Нового завета”, содержащая мистические пророчества о конце мира»; ПАСХА «Христианский праздник, посвященный **так наз.** воскрешению Христа»; ТАИНСТВО «У церковников: обряд (крещение, причащение и др.), который **якобы** сообщает верующим особую благодать» (СО); МОЩИ «Высохшие, мумифицированные вследствие пребывания в сухой почве **остатки** человеческого тела, **выдаваемые** церковью (преимуществ. православной и католической) за “нетленные останки” **т. наз.** святых с целью религиозного обмана»; АПОСТОЛ «Название церковной книги, заключающей в себе **т. наз.** “Деяния апостолов”, “Послания” их и “Апокалипсис”»; МИСТИКА «Религиозная вера в непосредственное общение человека с **так называемым** потусторонним миром» (СУ). Цель приписывания модальности недостоверности дефинициям религиозизмов состоит в том, чтобы исключить религиозные понятия из картины мира как нематериалистические, навязать адресату словаря атеистическое мировосприятие, соответствующее советской идеологии.

И наконец, прямая, незавуалированная отрицательная оценка религиозных понятий передается с помощью помет *презрительное, ироническое, пренебрежительное*, ср.: БОГООБЯЗНЕННЫЙ (*устар. и ирон.*); РАССТРИГА (*устар. пренебр.*).

Советское общество усиленно занималось «атеистическим воспитанием», и поэтому мы сталкиваемся здесь с подменной духовного идеологическим.

В заключение проследим, как репрезентировалась лексема *БОГ* в словарях советского времени. В словарной статье лексемы *БОГ* — центральной для любой, в том числе и православной, конфессии, — мы находим целый ряд манипулятивных лексикографических приемов

1. Исключено одно из значений многозначного слова. В словарях советского времени у этого слова зафиксировано только одно, общее для теологии значение и исключено христианское понимание, важное для православия, тогда как в постсоветских словарях фиксируются оба лексико-семантических варианта:

*БОГ* «По религиозно-мистическим представлениям: мифическое верховное существо, якобы управляющее миром или (при многобожии) одно из таких существ» (СО).

*БОГ* «По религиозным верованиям — верховное существо, стоящее будто бы над миром или управляющее им» (СУ).

Ср.: в словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой (М. : Азбуковник, 1998):

*БОГ 1. В религии: верховное всемогущее существо, управляющее миром или (при многобожии) одно из таких существ. 2. (Б прописное). В христианстве: триединое божество, творец и всеобщее мировое начало — Бог Отец, Бог Сын и Бог Дух Святой.*

2. Включение квазисинонимического ряда:

*БОГ «По религиозно-мистическим представлениям: мифическое верховное существо, якобы управляющее миром или (при многобожии) одно из таких существ» (СО).*

3. Включение сигналов субъективной модальности:

*БОГ «По религиозно-мистическим представлениям: мифическое верховное существо, **якобы** управляющее миром или (при многобожии) одно из таких существ» (СО).*

*БОГ «По религиозным верованиям — верховное существо, стоящее **будто бы** над миром или управляющее им» (СУ).*

4. Целенаправленный подбор речевых иллюстраций:

***Ленин:** Идеей бога пользуются господствующие классы как орудием угнетения трудящихся масс. Бог есть (исторически и житейски) прежде всего комплекс идей, порожденных тупой придавленностью человека и внешней природой и классовым гнетом, — идей, закрепляющих эту придавленность, усыпляющих классовую борьбу (СУ).*

Таким образом, дефиниции религиозной лексики пронизаны официальной советской идеологией, в них используются различные приемы манипулятивной технологии, и по этой причине лексикографические тексты как тексты советской культуры имеют не столько информативный, сколько суггестивный характер.

## Советская и постсоветская массовая словесная культура: общее и различное

А. П. Романенко

В 1984 году Сергей Довлатов писал: *Они не знали, что старая Россия давно погибла. Что коммунизм есть результат длительного биологического отбора. Что советская власть — не форма правления, а образ жизни многомиллионного государства. <...> Советские лидеры — не инопланетяне. Не космические пришельцы. А советская власть — не татаро-монгольское иго. Она живет в каждом из нас. В наших привычках и склонностях. В наших пристрастиях и антипатиях. В нашем сознании и в нашей душе. Советская власть — это мы («Ремесло»).* А вот что говорил в 2008 году Леонид Парфенов, автор телепрограммы «Намедни»: *Мы делали телепроект, полагая, что советское уходит и замещается российским. Прошло время, и оказалось, что российское повторяет и даже развивает советское. Советское никуда не ушло, оно осталось матрицей сегодняшней цивилизации — мы живем в эпоху ренессанса советской античности!* (Собеседник. 2008. № 47).

История современной массовой словесной культуры распадается на два периода: советский и постсоветский. В работах, описывающих современную речевую жизнь российского общества, эти периоды противопоставляются, что вполне естественно и оправданно. Но возможен, и даже необходим, и другой аспект изучения: выявление не различий, а общих черт, свойственных двум эпохам. Это необходимо потому, что культура XXI века коренным образом отличается от предшествующей как по структурным, так и по функциональным характеристикам. Постараемся выявить общие черты, свойственные советскому и постсоветскому периодам.



Особенность современной культурной ситуации (XX–XXI века) — радикальное изменение самой системы культуры. Главным, доминирующим ее элементом становится массовая культура, элитарная же (прежняя культурная доминанта) и народная культура оттесняются на периферию, оказываются в новой системе культуры второстепенными. По Н. И. Толстому, языковым воплощением народной культуры являются диалекты, элитарной — литературный язык, массовой — просторечие [Толстой 1995]. Такая схема соответствовала культурно-языковой ситуации дореволюционной России. Доминирующее звено этой триады — «элитарная культура — литературный язык». Носители — интеллигенция. Носители народной культуры — крестьяне, массовой — средние слои, горожане (выходцы из крестьянской среды, порвавшие с ней). Соответственно формировались и речевые воплощения культур: народная словесность (фольклор), литературная словесность (книжность), демократическая словесность (молва, лубок). Фольклор и книжность обладали большей национально-культурной значимостью, что проявлялось в регулярной воспроизводимости их произведений. Массовая словесность располагалась на периферии национально-культурного пространства и, будучи неоригинальной, воспроизводилась нерегулярно и имела минимальную культурную значимость.

Культурно-языковая ситуация меняется в связи с социальной революцией XX века. Изменяется социальная структура общества, интеллигенция теряет ведущую роль в культурном развитии, крестьянство вместе с частью интеллигенции либо демократизируется — становится «массами», либо вместе с другой частью интеллигентов оказывается за границами новой социалистической культуры — становится ее врагом. Начинает формироваться новый литературный язык, новый литературный стандарт, строящийся не столько на старом, сколько на его отрицании. Большая часть традиционно-литературных, книжных, «интеллигентских» языковых средств теряет актуальность и востребованность. Носители нового стандарта — широкие массы. Для максимального расширения круга носителей власть принимает меры по ликвидации неграмотности и культурно-языковому строительству, что отвечает и стремлению масс овладеть не только политграмотой (условие успешной карьеры), но и культурным минимумом. Церковь в этой ситуации объективно становится конкурентом власти и устраняется из сферы официальной культуры. Соответственно из литературного стандарта уходит религиозно-философская лексика и фразеология. Изменяется и речевое воплощение массовой культуры, им становится бурно развивающаяся словесность — тексты

массовой информации: печати, радио, кино, телевидения, не порывающих с особенностями старой просторечной словесности. Эти тексты (не во всем, конечно, объеме) обладают культурной значимостью, проявляющейся в их воспроизводимости. Массовая информация вторична по отношению к фольклору и книжности, ее оригинальность состоит не в содержании, не в стиле, которые чаще всего просто заимствуются, а в композиции, расположении первичных материалов (не текстов, а именно материалов, так как первичные тексты могут разрываться, прерываться, дополняться — с ними массовая культура не церемонится и поступает предельно свободно). Таким образом, в современном информационном обществе ведущую роль играет массовая культура, для которой народная и элитарная являются материалом для создания своих «композиций». Советский и постсоветский периоды истории отечественной словесной культуры — это этапы развития новой массовой культуры, этим определяется их общность.

Но есть и различия между ними. Главное состоит в том, что советский период — переходный, это время борьбы между нормативами элитарной и массовой культур (перевес в этой борьбе был на стороне, естественно, массовой культуры). Постсоветский период — это окончательная победа массовой культуры. История литературного языка советского времени представляет собой чередование двух языковых стандартов. Один стандарт восходил к нормативам «интеллигентского» дореволюционного литературного языка, его носителями были революционеры-интеллигенты. Это «язык революционной эпохи», по А. М. Селищеву, его нормативы активизировались в 20-е, 60-е годы, после 1985 года. Это периоды «ослабления» массовой советской культуры: период начальной слабости, послесталинской слабости, слабости распада. Другой языковой стандарт, «канцелярит», по К. И. Чуковскому, был основан на просторечно-канцелярской стихии. Его носители — послереволюционные выходцы из рабоче-крестьянских масс. Активизация этого стандарта — 30–50-е, 70–80-е годы (подробнее см.: [Панов 1990: 13–21, 55–58; Романенко 2003: 35–60, 204–239]).

Имея в виду указанные различия, проанализируем основные, конституирующие общие черты двух периодов. При этом словесная культура рассматривается в трех аспектах риторики: этосе, пафосе и логосе. Этос — условия осуществления коммуникации (время и место, ритор и аудитория, правила функционирования речи и т. д.), этическая сторона речи. Пафос — источник смысла речи, замысел, намерения создателя речи, связанные с эмоциональной стороной речи. Логос — знаковые

средства воплощения пафоса на условиях этоса, логическая и стилистическая сторона речи (подробнее см.: [Романенко 2003: 31–32]).

Это с массовой культуры определяется условиями массовой коммуникации, которая характеризуется стремлением к повсеместному и «повсвременному» распространению. Советская массовая коммуникация (сначала массовая печать, радио, затем телевидение) не достигала таких условий распространения, но стремилась к ним. Современная массовая коммуникация глобальна по временному и пространственному распространению.

Образ ратора — это образ сильной личности, сверхчеловека. Советский образ ратора — твердый, беспощадный к врагам большевик, сильный и духовно (единственно верная идеология), и физически (происхождение пролетарское, люди физического труда), что проявлялось и в соцреалистическом искусстве. *Нет таких крепостей, которых большевики не могли бы взять* (Сталин). Плеханов критически назвал большевиков *твердокаменными*, Ленин подхватил это выражение и придал ему положительную оценку. Этот образ проявился словесно (*Сталин, Молотов, Каменев, железный нарком, стальные крылья, «Как закалялась сталь», «Сталь и шлак», железная дисциплина, железная воля, стальной конь, Сулейман Стальский, сталинские соколы* и т. п.), а также социально: все преобразования велись жестко и твердо (разверстка, репрессии, коллективизация и пр.), сильными и беспощадными руководителями. Демократический централизм как основной принцип устройства советской культуры, и словесной в том числе, редуцировал демократическое начало (*мягкое, интеллигентское*) и культивировал исполнительное (*твердое, пролетарское, большевистское*). Культивирование образа сильной личности предполагало и ее агрессивность (шедшую, разумеется, от наступательной агрессивной политики большевиков в условиях постоянной борьбы). В языке это выразилось в богатейшей системе отрицательных оценок врагов, в нагнетании грубости как риторического средства [Романенко 2003], в императивной модальности лозунгов, призывов, во всей агитационно-пропагандистской словесности (*Будьте бдительны!; Даешь пятилетку!* и т. п.). Советскому образу ратора была присуща и гиперболизация: показательна внутренняя форма слова *большевик*, культивирование *гигантских* начинаний, новостроек, советская монументальная скульптура и пр.

Постсоветский образ ратора — «массовый кумир» (*mass idol*), эталонная личность в массовой культуре, а также герой современного массового искусства. Это супермен, главное качество которого — сила.

Политические деятели, например, считают необходимым демонстрировать свои спортивные и физические качества. Показательно, что распространилось наименование разного рода спецслужб с соответствующей внутренней формой: *силовые министерства, силовые министры, силовики*. Герой современного массового искусства часто противопоставляет свою силу даже закону. Культ силы проявляется и в поэтизации криминальной темы как в искусстве (особенно в телевизионных сериалах), так и в информационном вещании (появляются специальные передачи, например «*Вести. Дежурная часть*»). Присуща современной культуре и агрессивность, связанная с культом силы. Это агрессивность героя массового искусства, говорящего на жаргонно-просторечном языке. Это императивная модальность рекламы, которая по силе воздействия на массового человека не уступает советской пропаганде (например: *Отсеки лишнее!; Не дай себе засохнуть!; Почувствуйте разницу!*). При этом рекламные слоганы произносятся соответствующим агрессивно-приблатненным тоном. Гиперболизация также характерна для современной культуры: мода на больших и тучных героев в искусстве; *Большая страна — большое радио* (Радио России); *Мы больше, чем радио* (Русское радио); *Самый большой в Саратове гиперсупермаркет* (щитовая реклама) и т. п.

Образу риторика массовой культуры присуще *массовое лицо*, по выражению Андрея Платонова. Это неиндивидуальный характер авторства, усредненный, не стремящийся к выражению авторской индивидуальности (как в образе автора) стиль. Тексты массовой информации создаются коллективом авторов (корреспондент, редактор, работники информационных агентств, авторы писем и др.). Авторство произведений массового искусства может быть фактически коллективным (это часто практикуется сейчас), к тому же текст создается в таком стилистически усредненном ключе, что авторы разных произведений трудноразличимы (так же обстояло дело с громадным количеством произведений соцреализма).

Аудитория массовой культуры — не народ, а *массы*. В советской культуре слово *народ* означало именно «массы» (вначале слово *массы* или *масса* даже заменяло слово *народ*, затем ситуация изменилась, но словосочетание *советский народ* не могло иметь смысла «этнос»), что подкреплялось идеей интернационализма. В наше время массовая аудитория также не сводится к понятию «народ», что поддерживается тенденцией ее американизации. Характерно, что современные политики избегают (может быть, интуитивно) слова *народ*, предпочитая говорить *наши люди*. И в советской, и в постсоветской массовой аудитории ин-

теллигенция как носитель элитарной культуры непопулярна и подвергается осмеянию в бытовой и забвению в государственной сфере. Советская культура отвергала интеллигенцию в силу классовой ненависти, современная массовая реклама, например, оценивает интеллигента положительно только в случае его перехода на массовый уровень общения (зануда-преподаватель становится симпатичным, схватив чипсы, жуя их и *тащась* от них). «Снижению языковой планки в сфере публичной вербальной коммуникации в какой-то мере способствует **истончение** слоя интеллигенции, являющейся потенциальным носителем и пользователем литературного языка. Это обстоятельство негативно сказывается на уровне речевой культуры общества» [Нещименко 2001: 107].

Имеются и существенные различия в этосе советской и постсоветской культуры. Во-первых, это строжайшая цензура первой и отсутствие ее вообще у второй. Полное отсутствие цензуры — реакция на ее гипертрофированность в прошлом. Однако современным обществом постепенно осознается необходимость этого социального института (без советской тотальности). Во-вторых, современная массовая культура, в отличие от советской, строит социальную жизнь как игру: деловые игры, игра как методика обучения, игра как форма деятельности и развлечения в средствах массовой коммуникации и т. п. Игровое начало проявилось и в современной элитарной культуре: постмодернизм в литературе, языковая игра в лингвистике.

П а ф о с массовой культуры основан на эмоциях: агональной (борьбизм), обновления (новизны) и оптимистической. Агональная эмоция в советской культуре реализовалась в теории и практике классовой борьбы. Она соответствовала агрессивности образа риторика, проявилась во всей оценочной лексике, в делении людей на «своих» и «чужих», в соиздании образа врага [Романенко 2003]. Идея классовой борьбы привела к отрицанию старой, духовной (христианской) морали, к замене ее новой, пролетарской (нравственно то, что, по Ленину, соответствует интересам рабочего класса). Агональная эмоция в современной массовой культуре выражается в идее борьбы за выживание, в идее конкуренции. Продолжается разрушение духовной морали (и советской, и христианской) путем возврата к морали практической (нравственно то, что приносит пользу себе, своей семье, фирме, своему «делу»). Вместо идеологической советской аксиологии развивается идеология товарно-денежная. В результате массовая культура строится на софистической риторике. Примером может служить телевизионная игра «Слабое звено», правила которой ставят участников и ведущую в условия, заставляющие порочить друг друга,

достигать успеха путем унижения партнера. Игроки вместе с ведущей заметно озлобляются и становятся агрессивными в речи, говоря друг о друге и друг с другом.

Эмоция обновления связана с революционностью появления массовой культуры, с принципиальным и агрессивным отрицанием старого, что хорошо согласуется со спецификой массовой информации — ее новизной и неперменной сменой тем. Массовая культура принципиально антиконсервативна, отсюда, кстати, пренебрежительное отношение к литературному языку с его традиционностью.

В советской культуре эмоция новизны возникает закономерно: на историческую арену явились новые люди, свергли старый и строят новый мир. Программный афоризм из «Интернационала» — *Мы нашь, мы новьй мир построим, кто был ничем, тот станет всем*. В постсоветское время эта эмоция связана также со свержением старого мира (советского) и с построением нового (капиталистического, прозападного). Сходство этих ситуаций и эмоций отметил В. Г. Костомаров: «В известной мере повторяется ситуация 20-х годов, когда послереволюционный розовый оптимизм порождает желание глубоко преобразовать не только общественный строй и экономическое устройство, но и культуру, но и литературный языковой канон» [Костомаров 1999: 5].

В массовой словесной культуре обновление проявилось прежде всего в интенсивном и глобальном переименовании, в основании которого — мода. Советские топонимические переименования производились в соответствии с идеологической модой, современные — в соответствии с «антисоветской» модой на дореволюционные топонимы. В. Г. Костомаров увидел в этих процессах единую схему: «В кампании переименований чувствуется что-то тоталитарное, необошевистское; любопытным образом и другие республики бывшего СССР действуют так, будто они получили распоряжение из общего центра» [Там же: 24]. Отметим, что и в том, и в другом случае переименовывались не только мелкие объекты, но и города и страна. В антропонимии переименование также подчинялось моде. В советское время это была политическая мода, выразившаяся в создании новых имен от имен вождей и от слов, приобретших новый символический, идеологический смысл [Романенко 2003: 228–234]. В постсоветское время в антропонимиконе в соответствии с «антисоветской» модой активизировались старые, ранее мало распространенные народные имена (*Дарья, Иван* и пр.).

Помимо обновления ономастикона, идет обновление апеллятивной лексики, т. е. всего словаря. В советское время из словаря ушла рели-

гнозно-философская лексика, пришла заимствованная (общественно-политическая и административная), появились во множестве неологизмы, «советские сокращения» (аббревиатуры). В наше время словарь хоть и несколько иначе, но, безусловно, обновляется, причем интенсивно [Русский язык ... 1996; Колесов 1999; Нешименко 2001; Васильев 2003; и др.]. Обновление словаря в определенной мере противоречит целям массовой коммуникации, так как может затруднить понимание текстов широкой массовой аудиторией. Поэтому оно подвергается коррекции. На эту проблему обратил внимание Ленин в заметке «Об очистке русского языка», этим занимался мощный аппарат цензуры, этим целям служили дискуссии и кампании по борьбе с диалектизмами, с формализмом. Сейчас положение иное, главным образом из-за отсутствия цензуры, однако необходимость соответствующих мер осознается [Нешименко 2001: 119–122].

Эмоция новизны проявляется также в стремлении к перемене системы общественно-политических, военных, экономических терминов в связи с изменениями в социальной жизни, но иногда и без такой связи. Так, в советской словесности *министр* стал *наркомом*, *крестьяне* — *колхозниками*, *пролетарии* — *рабочими*, *губерния* — *областью*, *солдаты* — *бойцами*, *офицеры* — *командирами*, *прислуга* — *домработницей*, *гимназии*, *лицеи* — *школами* и т. п. Сейчас, например, *председатель Совета министров* стал *премьер-министром*, *председатель горисполкома* — *мэром*, *директор* — *президентом*, *контора* — *офисом*, *магазин* — *маркетом*, *школы* — *гимназиями*, *лицеями*, *училища* — *колледжами*, *институты* — *университетами*, *академиями*, появились *прапорщики*, *боевики* и т. п.

Обновлению подвергается и речевой этикет (как и вся этика). Так, советская речевая практика отвергла старую систему обращений, которая была дифференцирована по социальному, возрастному, половому признакам. Новая система была проще: универсальное обращение *товарищ* не учитывало никаких различий между коммуникантами, кроме «свой — чужой». Современная система, отвергнув советскую, еще более упростило ситуацию обращения, сведя ее к просторечным наименованиям по половому признаку — *мужчина*, *женщина*. Возвращаемое в ситуациях официального общения обращение *господа*, по-видимому, не приживается [Костомаров 1999: 12–18]. Интересно, что современное обращение *господа*, противопоставленное *товарищам*, в речевой практике функционирует по старой модели «товарищи», что говорит об их сходстве.

Нужно обратить внимание и на активизацию в массовой словесной культуре слова *новый*, безусловно ключевого. Речь идет не столько об употреблении данного слова, сколько о выражении различными языковыми средствами соответствующего понятия. Советские названия: *Новый луч*, *Новый зритель*, *Новый мир* (печатные органы), *Новокрасное*, *Новомичуринск*, *Новосибирск* (населенные пункты), *новая экономическая политика*, *новое учение о языке* и пр. Наше время не дает таких примеров, но появились *новое мышление* и *новые русские*. Однако нужно обратить внимание на рекламу, в которой понятие «новый», эмоция новизны чрезвычайно значимы.

Обновление касается, по существу, всех сторон массовой словесной культуры, поэтому и в 20-х годах, и сейчас часто говорят (в том числе и лингвисты) о появлении *нового языка*. Эта эмоция реализуется и в повседневности: *новые* правила общежития, *новый* быт советских людей; стремление к постоянному и гипертрофированному обновлению вещей, своего рода философия одноразовости современного массового человека. (см. примеры речевого выражения одноразовости в статьях «Одноразовый», «Одноразовая партия», «Одноразовый проездной документ», «Одноразовая работа» [Гусейнов 2003: 355]). Одноразовость — в природе массовой информации: «Вся совокупность текстов массовой информации принципиально невозстановима, что делает этот текст одноразовым, однократным и невозпроизводимым» [Рождественский 1996: 242–243]. Эмоция обновления оказывает влияние и на элитарную культуру: футуризм с его идеей создания *нового* языка искусства, церковное обновление.

Оптимистическая эмоция присуща массовой культуре и ее носителям по природе: «Массовая культура, массовая реклама, массовые игры образуют семиотический комплекс, составляющий особую часть массовой коммуникации. Этот семиотический комплекс создает оптимистические ощущения, которые не осознаются, но чувствуются и переживаются как ощущения свободы, раскрепощенности и самодостаточности своей личности» [Рождественский 2003: 81].

Для советской культуры оптимизм, молодость, здоровье, бодрость, веселье, радость были конститутивными чертами. «Старая культура с точки зрения новой отличалась “скукой”, новая же — “весельем” и “радостью”, что вылилось в 1935 г. в классическую формулу Сталина “жить стало лучше, товарищи, жить стало веселее”... Культура воспринимает свою переполненность радостью, бодростью и весельем как нечто чрезвычайно здоровое» [Паперный 1996: 166]. Это мироощущение вырази-



лось семиотически полно: и в словесности, и в изобразительном искусстве, и в музыке, и в хореографии, и в кино. Литература соцреализма была принципиально оптимистична (даже трагедия — оптимистическая): нормой были счастливые финалы произведений и победы положительных героев. В качестве одного из основных идеологических жанров развивался фельетон. В сатирических и юмористических журналах, а также во всей массовой печати неперменным изобразительным жанром была карикатура. Музыкально-песенные жанры, пожалуй, наиболее ярко выразили оптимистическое мироощущение (*Мы будем петь и смеяться, как дети* стало афоризмом), лидерами здесь, безусловно, были И. О. Дунаевский и В. И. Лебедев-Кумач. Непременными элементами многочисленных праздников стали сборные концерты с эстрадными, музыкальными, танцевальными, разговорными, цирковыми номерами. В «важнейшем из искусств» кинокомедии были, по существу, основой. Все это семиотическое разнообразие подкреплялось идеей светлого и достижимого будущего.

Оптимизм современного носителя массовой культуры основан на вере не в светлое будущее всего общества, а в свой счастливый случай, свой шанс. Оптимистическая эмоция реализована также всеми возможными семиотическими средствами. Отметим лишь самые заметные факты. Чрезвычайной популярностью в современном обществе пользуется анекдот. Можно даже говорить о своего рода «анекдотном» речевом мышлении большей части массовой аудитории, при котором анекдоты выступают в качестве прецедентных текстов. Массовая информация сейчас переполнена развлекательными сатирико-юмористическими материалами. Количество телевизионных передач подобного характера превышает, кажется, потребности аудитории, эти передачи буквально теснят друг друга. В качестве юмористов иногда выступают политики, и наоборот. Показательно также количество и разнообразие праздников: и собственные, и зарубежные, и старые, и новые. Средства массовой информации неустанно культивируют праздничное, приподнятое настроение аудитории. Стал популярен дурашливый герой рекламы. Такая ситуация реализуется и в современной речи. Приведем из словаря общего жаргона (Ермакова и др. 1999), построенного на материалах текстов массовой информации, слова, имеющие развлекательно-дурашливую семантику и выражающие соответствующее умонастроение: *абзац, балдеж, балдеть, бодун, вздрогнуть, забацать, отпад, отрываться, оттянуться, расслабиться, с прибабахом, прикол, приколоться, расслабуха, расслабон, стеб, тащиться, торчать, тусоваться, хохма, чайник, чумовой, шизеть*. Эти

слова даны с пометой «шутл.» и демонстрируют богатство и разнообразие в выражении рассматриваемой семантики. Такие жаргонизмы расширяют значение и становятся общеупотребительными: «Родившиеся в среде наркоманов глаголы *балдеть*, *кайфовать*, *ловить кайф*, *тащиться*, *торчать*, *улетать* и выражающие в ней разные варианты, фазы и оттенки наркотической эйфории в массовом сленговом употреблении стали использоваться для выражения любых эмоций — естественных состояний удовольствия, радости или сильного удивления» [Химик 2000: 58]. Анализируя подобные факты, В. В. Химик показал, что «увлечься и заинтересоваться чем-либо можно, в представлении многих молодых людей, лишь при условии, что это что-то — *прикольное*, т. е. смешное, веселое, развлекательное» [Там же: 62]. В молодежной, а затем и в массовой среде распространился *стеб*, сначала как выражение иронии, а затем как специфический подстиль речевого поведения, как лингвокультурное социально-групповое явление [Там же: 63].

Л о г о с массовой культуры — ее язык и словесность. Словесность, тексты массовой информации, характеризуется прежде всего вторичностью: «Тексты массовой коммуникации отличаются от других видов текстов тем, что в них используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются “первичными”». В результате возникает новый вид текста со своими законами построения и оформления смысла. <...> Существо же самих текстов в их особом назначении — делать общедоступным самое важное для общества в содержании документов, книг, в происходящих событиях» [Рождественский 1996: 239]. Отметим некоторые особенности отношения этой словесности к первичным текстам, специфику их построения и содержания.

Поскольку первичные тексты для массовой информации и массовой культуры в целом являются материалом, который нужно сокращать и перерабатывать, делая доступным для массовой аудитории, отношение к ним формируется довольно бесцеремонное. Содержание первичных текстов может искажаться, что особенно заметно в сфере художественной речи. В советское время классической литературе, как и всей словесности, придавалась пропагандистская значимость, и ее «перерабатывали»: во-первых, отбирались авторы и произведения, нужные для «текущего момента», во-вторых, отобранные произведения купировались. Литература соцреализма в стилистическом отношении — это «переработка» классики (называлось это литературной учебой). Современное массовое искусство также относится к элитарному искусству как к материалу. Не

случайно в массовом искусстве так распространены ремейки (remake), это проявление вторичности. Массовая культура в качестве материала использует не только тексты, но и слова. Например, модно использовать научную лексику: спортивные комментаторы говорят о *концепции игры, игровом мышлении*. Или в рекламном тексте: *Мы с дочерью хотим похудеть. Но у нас разные взгляды на эту проблему*. Примером вторичной поэзии может служить так называемая «сетевая поэзия». Соответственно формируется и отношение к тексту вообще. Массовая культура не считается с цельностью текста: его можно разорвать, усечь, вставить в него другой текст и т. д. Например, телевизионные и радиотексты регулярно прерываются рекламой; во время исполнения песни ее приглушают и вставляют текст *Вы слушаете ... радио*; от песенного текста свободно отсекается часть, если «поджимает» время и т. п. Кстати, рассматриваемое проявление вторичности замечено и иронически обыграно в элитарной поэзии: постмодернисты широко пользуются методом игры с цитатами, клише. Описанное отношение к тексту объясняется, помимо вторичности массовой культуры, спецификой композиционного строения текстов массовой информации.

Тексты массовой информации управляются не волей и намерениями его создателя, а текущими событиями, поэтому «комплектование текстов следует не за развитием содержания внутри текста, а за развитием экстралингвистической действительности» [Рождественский 1973: 291]. Композиционное строение текстов массовой информации имеет, следовательно, не сюжетный, а фабульный характер. Это хорошо заметно на примере одного из самых популярных телевизионных жанров — сериалов. Их можно смотреть, начиная с любой серии, так как главное в них — не сюжетная линия, а «текущие события» в жизни героев. «Событийность» построения была присуща и соцреалистической литературе, которая следовала за текущими событиями партийно-хозяйственной жизни страны, сюжетная линия была вторичной.

Семантика текстов массовой культуры также событийна, опосредована действительностью, в содержании текстов минимум вымысла и максимум материала «текущего дня». Однако массовая информация выполняет функцию средства управления обществом, событиями, а для этого она не должна идти за событиями. Поэтому массовая информация структурирует события, выделяя одни и затемняя другие (это называется или манипулированием или созданием «символического зонтика»), что возможно не при логической, но при образной структуре текста [Там же]. Таким образом, в массовой информации сочетается фактологичность

(событийность, фабульность) с образностью. Другими словами, это сочетание первичных структур документа и нарратива, дающее специфический вид текста — массовую информацию. Практически — и в советское, и в постсоветское время — это дало синтез канцелярской и субстандартной (просторечной и жаргонной) стихий. Этот синтез в советской культуре дал феномен так называемого новояза. Он обладал такими чертами, как клишированность, десемантизация, эвфемистичность, магия слова, модальность безличности [Романенко 2003]. Под новоязом в литературе понимают либо этот комплекс, либо его канцелярскую составляющую, сейчас для нас это разграничение несущественно. А. Д. Васильев убедительно показал, что современный «постновояз» аналогичен советскому и в структурно-типологическом, и в функциональном отношении [Васильев 2003: 46–87, 100–102].

Если для языка советской массовой культуры был характерен примат канцелярской составляющей, то в языке современной массовой культуры значительно усилена субстандартная составляющая — просторечие и жаргон. Причем это новое просторечие — функционально-стилистическое [Химик 2000] и новый жаргон — общий (Ермакова и др. 1999), выполняющие функции источников нового литературного языка. Как показал Г. П. Нешименко, это изменение языкового стандарта связано с тем, что с развитием техники средств массовой коммуникации к концу столетия доминирующей нормой литературного языка стала норма устная [Нешименко 2001: 112–115]. Функционально-стилистическое просторечие и общий жаргон нашли себе место в массовой коммуникации, в новом языковом стандарте, они характерны для речи современной интеллигенции, традиционной носительницы литературного языка [Крысин 2003]. Все эти обстоятельства приводят к стилистической сниженности массовой словесной культуры (и языка, и словесности), это ее конститутивное свойство наряду с вторичностью. Советская словесная культура положила начало формированию этого свойства, современная — укрепила его, придавая ему статус нормы. О сниженности можно говорить только с позиций элитарной культуры, массовая же культура воспринимает сниженность как норму (имеет значение и тот факт, что первоначальным языковым воплощением массовой культуры было просторечие).

Литературный язык (стандарт) массовой культуры, в отличие от стандарта культуры элитарной, располагает новым критерием правильности — градуальным. Можно говорить о степени правильности и литературности речи в зависимости от сферы коммуникации и типа языковой личности носителей. Показательно, что О. Б. Сиротинина

выделяет несколько типов речевой культуры в сфере действия литературного языка, различающихся степенью правильности и литературности [Сиротинина 2003]. Л. П. Крысин, анализируя употребление нелитературных слов в речи интеллигенции, заметил: «Во многих случаях наблюдается не безусловное неприятие каких-либо лексических и фразеологических элементов, а, скорее, их распределение внутри слоя интеллигенции» [Крысин 2003: 489].

В. В. Колесов связывает стилистическую сниженность современного литературного языка с актуализацией его коммуникативной функции: «Прагматически неизбежное перенесение внимания на коммуникативный аспект речевого действия привело к разрушению традиционных форм и формул русской речи, пропитанных символическими и образными значениями, что, в свою очередь, вызвало процесс “вестернизации” — бессмысленного заимствования иностранных слов, включения вульгарной и грубой лексики, злоупотребление газетными штампами и пр.» [Колесов 1999: 260]. Выделение коммуникативного аспекта социальной жизни (иногда в ущерб другим, например когнитивному) — это еще одна особенность массовой культуры. Ленин не случайно определил язык как *важнейшее средство человеческого общения* (а кино — как *важнейшее из искусств*). Он хорошо понимал значимость языка и массовой коммуникации для управления массами. Сталин, внимательно изучавший Ленина, также уделял языку как средству коммуникации пристальное внимание. Современное общество перенасыщено техническими средствами коммуникации, а мобильная телефонная связь часто поглощает у современного носителя массовой культуры практически все внимание, не давая сосредоточиться ни на чем, кроме «текущих дел». «Коммуникативность» речевой практики XX века отразилась и на теории языка: теория информации и коммуникативные теории — основное содержание лингвистики XX века.

Словесная культура XX — XXI веков (и советская, и постсоветская) обладает определенным единством, обусловленным спецификой массовой культуры, и формирует новый тип литературного «массового» языка. Многочисленные актуализации и трансформации советских прецедентов и норм, наблюдаемые сейчас, по-видимому, объясняются этой спецификой.

### Источники материала

Ермакова О. П., Земская Е. А., Розина Р. И. Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона. М., 1999.

## Советские лингвокультурные практики: вторжение в повседневность

*О. А. Михайлова*

Для понимания сути происходящих сегодня в языке и культуре процессов необходимо, прежде всего, изучение советских стандартов, поскольку «языковой стандарт советской эпохи — это словесное воплощение первого этапа (или варианта) массовой культуры, занявшей в XX веке центральное место в системе всей культуры и диктующей ей свои нормы» [Романенко, Санджи-Гаряева 2004: 277]. Советские лингвокультурные практики должны служить постоянным фоном изучения языка и культуры современного периода.

В советскую эпоху, как известно, политизируются все участки жизни, тотальная идеологизация охватывает все социальные сферы. Официальная идеология, предполагающая «ограничение свободы граждан социально-политической системы, господствующей и регулирующей все аспекты их жизни и все их действия» [Schlezingner 1947] (цит. по: Купина 1995: 98)), должна была врасти в массовое сознание, и с этой целью у советского человека формировалось запрограммированное коммунистическое мировоззрение. Различные постановления, распоряжения, инструкции регулировали поведение людей во всех жизненных сферах, в том числе и обиходно-бытовой. Психологически это было очень действенно, потому что через привычные, обыденные явления гораздо проще «достучаться» до сознания, заставить личность принять какие-то идеи, сделать их своими. И советская идеология, используя исходные схемы построения обыденного поведения и механизмы коллективной идентичности, в буквальном смысле вторгалась в повседневность.

Мне хотелось бы продемонстрировать это положение двумя изданиями — «Книгой о вкусной и здоровой пище» (М. : Пищепромиздат, 1954) и книгой Софьи Могилевской «Девочки, книга для вас!» (М. : Дет. лит., 1962)\*.

Изданная впервые в 1952 году и выдержавшая 8 изданий «Книга о вкусной и здоровой пище» не нуждается в рекламе. В советские времена эта книга, прекрасное пособие для хозяйки любого возраста, была, наверное, в каждом доме, потому что в ней содержится много ценной, полезной и сегодня информации. Вместе с тем эта книга представляет собой также образец идеологически правильной книги. К 50-м годам уже канула в лету идея «коммунистических домов», в квартирах которых отсутствовали кухни, чтобы жители пользовались общественными столовыми. «Общепит» был призван воспитывать коллективизм и способствовать единению советских людей и в нерабочее время. В конце 40-х годов семья как ячейка общества получила возможность самостоятельно организовывать свой быт, но тем не менее она «нуждалась» в воспитании по советским меркам. Потребовались новые средства и механизмы воздействия на людей. Одним из инструментов советских лингвокультурных практик стала «Книга о вкусной и здоровой пище», созданная, как пишут авторы, *по инициативе домашних хозяек* (с. 16) и переиздававшаяся *по многочисленным просьбам читателей*.

Вторая книга адресована девочкам школьного возраста; это своеобразный учебник по домоводству, охватывающий все сферы домашнего хозяйства. Автор в доступной форме (с элементами занимательности) рассказывает, как готовить несложные блюда, сервировать стол, убирать дом, стирать, шить, вязать, ухаживать за комнатными растениями, весело организовывать праздники и многое другое. Здесь, действительно, масса полезной информации, но и с точки зрения идеологии советского времени книга тоже безупречна. Вот обращение автора к своей юной читательнице:

*Прежде чем ты начнешь читать эту книгу, я хочу тебе сказать о самом главном, о чем ты должна всегда помнить.*

*Ты не только мамина и папина дочка и не только девочка-школьница. Ты, прежде всего, советская девочка и пионерка.*

*Вокруг тебя все работают, все стремятся сделать что-нибудь полезное для людей и для страны. И ты не можешь оставаться в стороне от общего дела.*

*Тебе нужно многое знать и многому учиться. Приобретая с каждым днем все больше знаний и умений, ты должна, где только можешь, участво-*

---

\* Далее цитируются эти издания с указанием страниц в тексте.

*вать в большом труде советского народа. <...> Если ты поймешь, какое великое значение имеет труд для каждого советского человека, как ненавистно нам всякое проявление барства и тунеядства, ты захочешь приносить пользу людям.*

*А это и есть самое главное! (с. 16).*

Основная социальная роль, которая определена читательнице, — советская девочка. Это совершенно особая роль, в соответствии с которой главное назначение школьницы — участвовать в общем деле и приносить пользу стране. Социалистический труд гуманизируется, получает всестороннюю положительную оценку, вместе с тем он понимается как «внутренний долг», «потребность личности» [Чернова 2004]. Создается идеальный образ советской девочки, для которой, как и для всех советских людей, процесс труда привлекателен, а лень глубоко чужда. В воспитании именно такой девочки, такого человека видит свою цель автор, и это тоже открытая позиция, которая обозначена в конце книги: *Если книга была вам и полезна и интересна, это лучшая награда за мой труд. И далее: Мне хотелось, чтобы книга научила тебя справляться с этой работой, чтобы ты приносила пользу и дома, и в школе, и в пионерском отряде.*

«Книга о вкусной и здоровой пище» имеет похожую цель. Как сказано в предисловии, назначение книги — *помочь домашней хозяйке, при наименьшей затрате труда и времени, приготовить для семьи вкусную и здоровую пищу, рассказать об основах рационального питания.* Необходимо достигнуть равновесия «между традиционным взглядом на женскую сферу как домашнюю, интимную, семейную и современным представлением об активном присутствии женщины в общественном пространстве» [Круглова 2008: 65]. Важно, чтобы у женщины оставались силы и время на труд и общественную работу, поэтому на семью она должна (и хочет!) тратить как можно меньше времени и энергии:

*Городские женщины-работницы и труженицы наших социалистических полей очень ценят свое время и не хотят его тратить на многочасовое пребывание у кухонной плиты или печки. Теперь все советские женщины требуют готовых фабричных пищевых продуктов, чтобы свое время использовать не только в домашнем хозяйстве, а главным образом на производстве, на культурной работе (с. 12).*

В поваренной книге представлен научный подход к питанию, поэтому она содержит немало полезных рекомендаций. Первый совет, который дают авторы, направлен на формирование у читателя «правильного» отношения к питанию, чтобы оно также способствовало



качественному труду: *Хорошо, вкусно, аппетитно, вовремя поесть досыта (но не перегружаясь) — это дело вашего здоровья, вашей работоспособности.*

Основную часть книги с описанием рецептов приготовления блюд предваряет несколько вступительных статей: «Основы рационального питания», «Выбор блюд для обеда, завтрака и ужина», «Порядок приготовления обеда», «Сервировка стола» с подразделом «Поведение детей за столом», статья «Кухня» с подразделами «Помещение кухни», «Запасы продуктов и их хранение», «Плита и нагревательные приборы», «Кухонная посуда», «Примерный набор необходимой посуды». С точки зрения содержания они очень полезны в быту, охватывают все зоны домашней кухонно-пищевой сферы, дают много конкретной и полезной информации. С точки зрения прагматики это статьи не только по организации домашнего питания и кулинарии, но и по этикету, поскольку в советском обществе политика «культурности» рассматривалась как «способ перевода идеологии в повседневность» [Круглова 2005: 92]. И, поскольку советская система рассматривалась как «естественная» форма социального порядка, вступительные статьи одновременно регламентируют быт и поведение советских людей в русле определяющей для тоталитарного общества тенденции к директивности.

Помимо тематически связанных вступительных статей, книга имеет вводную статью под названием «К изобилию!», представляющую собой идеологическую платформу издания. В советской культуре основным свойством текста признавалась идейность, которая предполагала «организационную связь мировоззрения автора с официальной идеологией» [Купина 1997: 87]. Идейный смысл любого текста, предназначенного для масс, тщательно проверялся. Вводная статья к кулинарной книге, функционально близкая к «передовице» газетного текста, также имеет своей целью пропагандировать марксистско-ленинскую идеологию, внедрять идеологические догмы в сознание людей. Присутствие такого текста на домашней кухне еще раз подтверждает факт, что тоталитарное государство подчиняло себе все сферы жизни, использовало все возможные механизмы и средства влияния на своих граждан.

Обращает на себя внимание название предисловия — «К изобилию!». Оно также идейно значимо, так как утверждение изобилия Советской страны было одной из основных тем советской культуры периода холодной войны. О. В. Рябов отмечает, что эта тема выражается, например, в материнских/женских фигурах, известных по плакатам, картинам, скульптурным композициям того времени [Рябов 2007: 213].

Текст вводной статьи — это образец советской словесности. С точки зрения риторических категорий этоса, пафоса и логоса текст воплощает черты, присущие образу советского ратора, описанные Ю. В. Рождественским и А. П. Романенко (см., например: [Романенко 2000]). В частности, четко проявляется отношение к массам и риторическая интенция — встать над массой, управлять массами в целях социалистического хозяйственного строительства. Сохраняется пафос советской риторики — созидание нового и борьба с врагом (актуализация оппозиции «свой—чужой», о чем скажем ниже). И, наконец, в этом тексте присутствуют практически все воздействующие средства, необходимые с точки зрения советской пропаганды. Важно, что многие из средств используются не только в заглавной статье, но и в других разделах книги. Рассмотрим некоторые особенности книг, обусловленные советской риторикой и советскими лингвокультурными практиками.

1. Опора на партийные документы. Соблюдение этого требования было обязательным и непреложным, так как в основе всей речевой деятельности и организации советского общества лежали партийные документы. В статье содержатся прямые и точные указания на источники. Ср.: *Исторический XIX съезд Коммунистической партии еще раз подчеркнул...; 8 августа 1953 года на заседании пятой сессии Верховного Совета Союза ССР Председатель Совета Министров Союза ССР товарищ Г. М. Маленков в своей речи сказал...; Пленум Центрального Комитета Коммунистической партии Советского Союза в постановлении от 7 сентября 1953 года «О мерах дальнейшего развития сельского хозяйства СССР» указал...*

Нормирующую основу советского текста составляли цитаты из речей вождей — Ленина и Сталина, которые «представляли в образцовом виде всю систему риторической деятельности советского общества и являлись, по существу, воплощением советского риторического идеала» [Романенко 2000: 28]. Не обошлась без таких фрагментов и кулинарная книга, эпиграфом к которой стали слова Сталина:

*Характерная особенность нашей революции состоит в том, что она дала народу не только свободу, но и материальные блага, но и возможность зажиточной и культурной жизни. В самом же тексте встречаем цитату из работы Ленина: Настоящее освобождение женщины, настоящий коммунизм начнется только там и тогда, где и когда начнется массовая борьба (руководимая владеющим государственной властью пролетариатом) против этого мелкого домашнего хозяйства или, вернее, массовая перестройка его в крупное социалистическое хозяйство.*

В книге приводятся также фрагменты из художественной литературы, но тексты строго отобраны с позиций идейности (например, фрагмент из повести Ал. Чаковского «У нас уже утро»).

2. Актуализация оппозиции «свой—чужой». Формирование коллективной идентичности и трансляция ведущей системы ценностей осуществлялась в советском обществе через открытое выражение оппозиции «свой—чужой». Советская пропаганда была построена на постоянном подчеркивании собственного превосходства и недостатков чужих. На официальном уровне оппозиция «свой—чужой» сводилась к основному противопоставлению: свой — советский, социалистический; чужой — иностранный, капиталистический. В кулинарной книге на первых же страницах дается основной тезис: *Противоположность основных экономических законов капитализма и социализма ярко отражается в диаметрально противоположном решении проблемы потребления* (с. 10). Далее СССР сравнивается с капиталистическими странами по ряду важнейших для простого гражданина параметров:

- объем товаров народного потребления:

*В СССР, в интересах народа, осуществляется политика всемерного форсирования производства средств народного потребления, а в капиталистических странах, наоборот, в последние годы производство средств потребления снижается;*

- цены на товары и заработная плата:

*В СССР, в интересах народа, осуществляется политика систематического снижения цен, что дает непрерывный рост реальной заработной платы, а в странах капитализма, в интересах капиталистической прибыли, цены на предметы потребления непрерывно растут, что ведет к резкому уменьшению среднедушевого потребления, к резкому снижению реальной заработной платы.*

Преимущества социалистического строя подчеркиваются открыто выраженной агрессией: ***Социализм освободил наш народ от действия волчьих законов капитализма.***

С точки зрения внутрисоветской жизни оппозиция «свой—чужой» строится на сопоставлении Советского Союза с дореволюционной Россией. По сравнению со старой Россией Советский Союз имеет неоспоримые преимущества, поскольку *советские пищевые предприятия не идут ни в какое сравнение с пекарнями, колбасными и иными пищевыми «заведениями» старой России* (кавычки в данном случае выполняют функцию стилистической и социальной маркированности

денотата). Превосходство обеспечено созданием крупной пищевой промышленности, которой не было в России, современным оборудованием, технологией и качеством продукции, которые не могли быть обеспечены дореволюционными кустарными предприятиями.

*Советская фабрика пищевых продуктов — индустриальное предприятие, оснащенное передовой, самой совершенной техникой... В цехах — обилие горячей и холодной воды, полы, стены, аппаратура часто и тщательно промываются и очищаются. Рабочие... одеты в чистую спецодежду и приступают к работе только после того, как они приняли душ... Созданы лаборатории, контролирующие качество сырья, полуфабрикатов, готовой продукции... Весь фабричный коллектив тщательно следит за тем, чтобы пищевые продукты были безупречно чистыми, вполне доброкачественными (с. 10–11).*

В книге для девочек использована та же лингвокультурная практика, прием сопоставления советской и дореволюционной России с опорой на хорошо известные стереотипы богатых / бедных и с довольно резкой пейоративной оценочностью. Приведу лишь один пример из рубрики «Далекое прошлое» — рассказ о роскошной жизни русского дворянства и тяжелой доле крепостных:

*Вот как описывает М. Пылеев в книге «Старое житье» возмутительное расточительство аристократов в царской России:*

*«Граф Мусин-Пушкин, живший за счет своих 40 тысяч крепостных крестьян, удивлял Москву обедами, стоившими огромных денег. На одни конфеты у него тратилось ежегодно 30 000 рублей. Расточительство его доходило до того, что он откармливал индеек трюфелями, а телят отпаивал сливками и держал в люльках, как младенцев. <...>*

*Так разнообразили свою жизнь в России богатые бездельники, в то время как тысячи крепостных недоедали, питаясь кислым квасом и хлебом. А к весне и хлеба уже не было. Тогда пеклись лепешки из лебеды с горсткой муки, варились пустые щи из крапивы. Люди пухли от голода. Дети умирали от недоедания и болезней.*

И совсем другая жизнь создана для простых людей в Советской стране:

*Наша с тобой жизнь занята важной, интересной и полезной работой. Нам не нужны ни «жаркое императрицы», ни телята, откормленные вином и сливками. Нам слишком дорого время, чтобы расходовать его на такие бесполезные излишества*

*Много больших и важных дел ждет каждого из нас — и тебя, и меня, и наших товарищей, и родных.*

*Но, чтобы по-настоящему, в полную меру, работать для нашей страны, мы все должны быть здоровыми, сильными, трудоспособными. Мы должны хорошо, вкусно и сытно питаться* (с. 128–129).

Кроме того, книга содержит ряд вставных эпизодов, рассказывающих о жизни других государств и передающих впечатления «советского инженера», «советской учительницы» о странах, где им удалось побывать. Выбор стран не случаен, он, можно сказать, тенденциозен в полном соответствии с идеологией: советские люди могут ездить только в «братские» страны — Демократическую Республику Вьетнам, Китайскую Народную Демократическую Республику, а также в страны, получившие независимость, например Гану. В этих вставках через внедрение политических мотивов имплицитно определяется «свой круг» — по идеологическому принципу, и повседневность опять воспроизводит ставшие привычными культурные практики.

Идентификация в сфере политической коммуникации реализуется посредством «мы»-дискурса. В книге регулярно употребляются местоимения *мы, наши*, которые вызывают в людях особое состояние, охарактеризованное А. А. Потебней: «...чувство... когда человеку кажется, что его “я” разрастается до слияния с государством, сословием, классом» (цит. по: [Минералов 1995: 43]). Объекты, которые принадлежат *н а м* и составляют *н а ш у* гордость, формируют модель мира, лежащую в основе миропонимания лингвокультурной общности, и чувство своего величия: *у нас создана передовая, мощная, технически совершенная тяжелая индустрия; крутой и всесторонний подъем благосостояния нашего народа; неисчерпаемые природные богатства нашей Родины; у нашей керченской сельди вполне заслуженная мировая слава.*

Воспитание гордости за свою Родину, связанной с идеологическим смыслом ‘превосходство’, становится одной из целей книги. Регулярно используется форма превосходной степени или оценочные слова при характеристике того или иного продукта: *В Кроноцком заливе (вблизи Камчатки) наш рыбный флот ловит жупановскую сельдь. Эта сельдь справедливо считается самой лучшей* (с. 56); *Все эти пищевые продукты готовят из самого лучшего сырья* (с. 369); *«Детская питательная мука» — замечательный, превосходно усваиваемый, высокоценный продукт* (с. 334); *Советский чай превосходит по вкусу, настою и аромату* (с. 272). Точно указаны регионы Советского Союза, где растет, водится или добывается какой-либо ценный продукт, и, напротив, территория распространения замалчивается, если продукт не распространен в СССР: *На большей части территории Советского Союза, вплоть до*

*берегов Северного Ледовитого океана, всюду, где есть моховые болота и мох, обильно растет клюква — очень вкусная кислая ягода (с. 338); Лучшие сорта персиков произрастают в Закавказье, в Крыму, Дагестане и Средней Азии (с. 300); Лучший фундук выращивают в Абхазии (с. 295); В последние годы в СССР стали выращивать чай не только в Грузии, но и в Азербайджане и на Черноморском побережье Краснодарского края (с. 272); о кофе, который не выращивали в Советском Союзе, не говорится ничего, кроме рецептов приготовления (с. 281); Исландская сельдь — название иностранное, а добыча, обработка и вся техника посола этой сельди — русские, советские (с. 54).*

В книге для девочек описана ситуация, когда героине нужно выбрать огурцы для засолки. Она идет по рынку, видит в одном месте огурцы — они ей не годятся, потому что слишком крупные, в другом месте немного желтоваты, и вот она находит подходящие огурцы. Где же? *В палатке колхоза «Заря».* Таким образом, знаковый характер советского приобретает каждая деталь.

3. Директивность текста, отражающая главную функцию тоталитарного языка — «функцию идеологических предписаний» [Купина 1997: 41]. В советское время директивы распространяются на все сферы жизни. Модус долженствования обязывает граждан выполнять директивы. В тоталитарном языке получили распространение положительные конструкции с модальными словами долженствования [Там же: 44]. Такого рода конструкции активно используются в книге: *нужно будить у населения новые вкусы, воспитывать новые потребности, тягу к новым высококачественным продуктам; нужно сделать томатный сок массовым народным напитком; необходимо заботиться о разнообразии меню; не следует употреблять мясо в чрезмерных количествах.*

В полном соответствии с организацией жизни государства книга советует организовать жизнь и питание семьи. Для начала предполагается, что хозяйка должна планировать питание — отсутствие плана не одобряется: *Не всякая хозяйка заранее составляет на весь день план приготовления завтрака, обеда и ужина ... рекомендуется составлять примерное меню сразу на десять дней или на неделю и, по возможности, придерживаться его (с. 25).* Далее регламентируются практически все стороны домашнего питания, приведу лишь некоторые примеры, взятые из вступительных статей, посвященных разным темам: *распределяя продукты для завтрака, обеда и ужина, надо учитывать, в каких именно продуктах и в каком количестве нуждается тот или иной член семьи — в зависимости от возраста и профессии (с. 24); хозяйка должна подумать и о том,*

*чтобы меню не состояло только из таких блюд, приготовление которых требует затраты значительного времени (с. 25); прежде чем начать готовить обед, завтрак или ужин, необходимо определить, к какому часу они должны быть готовы, и рассчитать, сколько на это потребуется времени (с. 26); пока варятся щи, надо приготовить фарш и разделить котлеты, обвалять их в сухарях, сложить до обжаривания на доску и покрыть полотенцем (с. 27); оставлять посуду немытой, особенно до следующего дня, совершенно недопустимо (с. 28); дети должны знать, что за столом надо сидеть прямо, нельзя шалить, облокачиваться на стол: это мешает соседям (с. 31); совершенно необходимо, чтобы помещение кухни, посуда и весь кухонный инвентарь содержались в особой чистоте (с. 33); выносить ведро нужно не реже одного раза в день, не оставляя кухонных отходов на ночь; не следует заходить в кухню в верхней одежде и галошах (с. 34); в кухонном столе, особенно в его крышке, не должно быть щелей (с. 34); кухонную посуду, как и обеденную, хорошо иметь в достаточном количестве (попутно заметим, что далее приводится таблица — «Примерный набор необходимой посуды», с. 37).*

Предписательный характер текста требовал реализации идеологем. В разных разделах кулинарной книги встретились тоталитарные идеологемы: *авангард борьбы передового человечества за мир и безопасность всех народов; ряд важнейших мероприятий, принятых нашей партией и правительством; героический и творческий труд; величественное здание коммунизма; революционная ломка отсталых привычек; и др.*

Типичным для советской риторики является завершающий абзац вводной статьи, в котором прославляется Родина и партия:

*Под руководством нашей славной Коммунистической партии, ее Центрального Комитета и Советского правительства народы нашей необъятной и могучей социалистической Родины в радостном, героическом и творческом труде воздвигают величественное здание коммунизма, претворяя в жизнь многовековую мечту человечества о построении коммунистического общества, об изобильной, счастливой и радостной жизни.*

Таким образом, две книги, близкие по представляемой сфере быта, разные по адресату — взрослый человек и ребенок, вместе с тем практически одинаковы по своему фундаментальному сценарию, написаны как будто по одному шаблону, в основе которого единый мощный стержень — советская идеология.

## Постсоветский смысл советизма *бомж*\*

И. Г. Овчинникова

Судьба лексических советизмов сложилась по-разному. Употребление многих лексем ограничивается текстами, в которых обсуждаются проблемы советского периода истории России. Как правило, такова участь слов, обозначавших исчезнувшие с крахом социалистического лагеря реалии. Между тем многие новообразования эпохи Советского Союза не только не ушли из языка, но и упрочили свое положение в словаре, частотность их словоупотребления в речи существенно повысилась. Причем, казалось бы, такие новообразования также связаны с реалиями социалистического строя (обязательной пропиской, указанием в паспорте места постоянной работы, контролем государства и партийных органов над частной жизнью граждан и т. п.). Однако семантика слов, обозначающих приметы социалистического образа жизни, включала компоненты, актуальные не только для конкретного строя и идеологии: степень адаптации в социуме, отношение к социальным институтам, меру вовлеченности в социальные коммуникации, предприимчивость, значимость в экономике и т. п. [Вепрева 2005]. Наличие таких сем позволило ряду слов актуализоваться в постсоветской речевой практике с определенными семантическими трансформациями. Одним из слов с актуализованной семантикой, частотных в постсоветских СМИ и во многом благодаря этому проникших в литературный язык из других идиомов, является лексема *бомж*\*\*.

---

\* Исследование поддержано РГНФ (гранты 07-04-02006а, 07-04-82402а/у).

\*\* Здесь и далее в тексте полужирным курсивом выделены номинации, которые используются как имена лексических единиц и стоящих за ними концептов.



Цель нашего исследования — установить значение лексемы *бомж* в современном русском литературном языке и описать содержание обозначенного словом концепта. Сформулируем задачи, решение которых необходимо для достижения цели:

- описание семантической структуры слова в литературном языке по данным словарей;
- выявление особенностей его словоупотребления в литературных текстах (текстах СМИ и художественных текстах в составе Национального корпуса русского языка: [www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru));
- определение смысла слова, актуального для носителей языка — молодых россиян, чья языковая компетенция и система ценностей формировалась уже в постсоветскую эпоху (по материалам свободного ассоциативного эксперимента). В таком случае мы восстанавливаем психологическое значение слова\*.

## 1. Лексикографическое описание лексемы *бомж*

Лексема *бомж* возникла в результате аббревиации словосочетания «без определенного места жительства» и использовалась в аргументах работников правоохранительных органов. В словарях русского аргумента отмечается также вариант устойчивого словосочетания «без определенных занятий», т. е. без постоянной работы (Елистратов В. С. Толковый словарь русского сленга. М. : АСТ-Пресс, 2008); однако это словосочетание не было преобразовано в аббревиатуру. Новообразование *бомж* — семантическая конъюнкция значения двух словосочетаний. В советскую эпоху лексема активно использовалась в устной речи, вошла в просторечие, но все же не проникла в литературный язык.

В русский литературный язык слово вошло в конце прошлого века, оно образовано способом аббревиации и изначально использовалось в аргументах. Впервые в составе литературного языка лексема появляется в словаре С. И. Ожегова (М. : Рус. яз., 1974). В словаре С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой (М. : Рос. фонд культуры, 1996) лексеме дается дефиниция «человек без определенного местожительства и работы». В «Толковом словаре словообразовательных единиц» Т. Ф. Ефремовой (М. : Рус. яз., 1996) значение толкуется несколько шире: «лицо без определенного места жительства, бродяга». В «Толковом словаре русского языка конца XX века» под редакцией Г. Н. Складневской (СПб. : Фолио-Пресс, 2002)

---

\* Психологическое значение языковой единицы мы трактуем вслед за А. А. Леонтьевым [1969]. Подробно анализирует соотношения лингвистического значения, психолингвистического значения и концепта И. А. Стернин [2006].

приводятся две словарные статьи. В первой расшифровывается аббревиатура БОМЖ, используемая в официальной речи; аббревиатура сопровождается пометой «зафиксировано впервые». Можно сказать, что в начале XXI века аббревиатура перешагнула границы юридического арго и вошла в литературный язык. Вторая словарная статья толкует значение существительного *бомж* и сопровождается пометой «зафиксировано в словарях последних десятилетий». Между тем в арго у лексемы регистрируется еще более широкое значение: «бродяга, человек без работы и жилья; опустившийся, плохо одетый и т. п. человек» (Елистратов В. С. Толковый словарь русского сленга).

## 2. Дистрибутивный анализ контекстов лексемы *бомж* в Национальном корпусе русского языка

Поскольку лексикографических данных немного, обратимся для уточнения семантики слова к материалам Национального корпуса русского языка. В ответ на запрос в основном корпусе мы получили 434 контекста из публицистики и художественных текстов. В контекстах находим иллюстрации, позволяющие уточнить словарные дефиниции.

В одном из октябрьских номеров за 2003 год газеты «Вечерняя Казань» напечатано: *В Ковылкино (Мордовия) задержан 22-летний бомж, который под видом священнослужителя собирал пожертвования в пригородных электричках*; в таком контексте у слова *бомж* можно определить значение «человек без определенного местожительства, бродяга».

В одном из вошедших в Национальный корпус русского языка контекстов рассматриваемого слова приводится косвенная интерпретация его значения, необходимая автору для пояснения термина «маргиналии»: *В современном языке это слово приобрело негативное значение: бомж, люмпен, асоциальный элемент. В широком же смысле оно обозначает нечто, выходящее за край поля («марго» — край, отсюда «маргиналии» — заметки на полях)* (С. Баймухаметов). В таком случае *бомж* понимается предельно широко, наряду с родовым наименованием (асоциальный элемент). Отметим, что бомж не считается исключительно российским социальным явлением, поскольку в область референции этой лексемы входят бездомные жители зарубежных городов: *После Америки, где самый последний черный бомж — есть там и такие — встречает тебя непрерывной улыбкой, всеобщая озабоченность казалась диковатой* (Г. Прашкевич, А. Богдан).

Л. Жуховицкий использует сравнение с бомжом, чтобы дать читателю представление об образе жизни, при котором не лишенный жилья

и работы человек вынужденно оказывается в положении асоциального элемента: *Формально я был вполне состоятельным человеком — у меняшло больше десятка пьес, книжки издавались, меня перевели на 40 иностранных языков, но по сути я был нищим и жил, как бомж, потому что купить ничего не мог* (Л. Жуховицкий). В качестве основания для сравнения выступает «поражение в правах», отсутствие социальной защищенности. Заметим, что ссылка на образ жизни и внешний вид бомжа появляется достаточно регулярно: *Кристиан приехал, одетый как бомж, в бежевом свитере и потертой джинсовой куртке* (С. Спивакова); *Муж — убогий, как бомж* (В. Токарева). Насколько мы можем судить, во всех сравнениях сема бродяжничества не актуализована.

Наряду с примерами, в которых исследуемая лексема используется в значении, приведенном в словарях литературного языка, встречаем контексты, позволяющие выделить новые семантические признаки в значении лексемы: *Политический беженец, можно сказать, бомж* (В. Горбачев); *Вот бомж, бежавший из соседней республики, спаса-ясь от геноцида и разгула русофобии* (Жизнь национальностей. 2004. 16 июня). В рассматриваемых контекстах **бомж** используется в значении «беженец», актуализуются интегральные признаки семантики слова: человек, исключенный из социума; социально дезадаптированный человек без постоянного места жительства. Причем в обоих контекстах нейтрализован семантический признак ‘принадлежащий иному этносу и культуре’ лексемы **беженец**. В семантической структуре лексемы **беженец** существенными семантическими признаками оказываются ‘причины вынужденного переселения’ и ‘принадлежность иному этносу, иному социуму’. В семантической структуре слова **бомж** мы не обнаруживаем сем ‘причина социальной дезадаптации’, ‘принадлежность иному этносу’. Также по-разному реализуется в значении лексем **беженец** и **бомж** архисема ‘локус’: семантическим признаком ‘вынужденная смена постоянного места жительства’ и ‘утрата определенного места жительства’ соответственно. В таком случае **бомж**, насколько мы можем судить, оказывается именем категории для лексемы **беженец**. Иначе говоря, к лицам без определенного местожительства и работы относят и беженцев. Полагаем, что объединение происходит на основе перцептивно выпуклых признаков: условия проживания, образ жизни, внешний вид. Вероятно, беженец и бомж объединены в перцептивной категории. В таком случае можно констатировать наличие у слова **бомж** в литературном языке семы, указанной в словаре арго: ‘опустившийся, плохо одетый и т. п. человек’.

### 3. Семантическая структура слова *бомж* по данным словарей и Национального корпуса русского языка

Итак, семантика слова *бомж* описывается семантическими признаками:

- без определенного места жительства;
- без работы, определенных занятий;
- бродяга;
- дезадаптированный человек;
- асоциальный элемент;
- опустившийся, плохо одетый человек.

Полагаем, что в 90-е годы прошлого века лексема *бомж* появилась в литературном языке в качестве наименования ставшего актуальным социального явления — массовой дезадаптации населения в силу стремительных социальных и экономических перемен. Употребление внутренних заимствований в публичной речи являло собой примету демократизации языка и отказ от авторитарного дискурса с характерными для него речевыми оборотами. Вероятно, слово *люмпен* не получило широкого распространения в силу принадлежности авторитарному дискурсу (ср. *люмпен-пролетариат* и т. п.)\*. Лексема *бомж* заняла образовавшуюся нишу — обозначение асоциальных элементов — и быстро распространилась благодаря СМИ.

### 4. Личностные смыслы лексемы *бомж*, актуальные для сознания молодых россиян

4.1. Материал исследования личностных смыслов лексемы составили вербальные ассоциации на 37 слов-стимулов (почти 14 тыс. реакций, полученных от 450 студентов пермских вузов в течение последних трех лет)\*\*. В качестве ассоциативной реакции *бомж* встречается на слова-стимулы ИНТЕЛЛИГЕНТ, ОЛИГАРХ, БЕЖЕНЕЦ\*\*\*. Лексемы *бомж* и *интеллигент* связаны отношениями взаимопересечения; насколько

---

\* Разумеется, для установления точной причины вытеснения слова *люмпен* и распространения арготизма *бомж* необходимо специальное исследование. В своем предположении мы основываемся на результатах изучения В. А. Салимовским [2008] языка газеты в постперестроечное время в зависимости от идеологической направленности издания, а также на выводах социолингвистического исследования СМИ И. П. Лысаковой [2005].

\*\* Основной эксперимент проведен и его данные обработаны А. А. Кибановой [2006].

\*\*\* Здесь и далее в тексте в соответствии с принятой в психолингвистических публикациях традицией строчными буквами даны слова, послужившие стимулами в ассоциативном эксперименте, светлым курсивом — слова-реакции.

позволяют судить контексты из Национального корпуса русского языка, интеллигент может ассоциироваться с бомжом по нескольким основаниям: отсутствие постоянного места работы в общепринятом понимании у представителей творческих профессий, свободный стиль в поведении и манере одеваться; оппозиционность официальной идеологии и официальному образу жизни. Лексемы *бомж* и *олигарх* реализуют оппозицию в рамках шкалы «степень социальной адаптации».

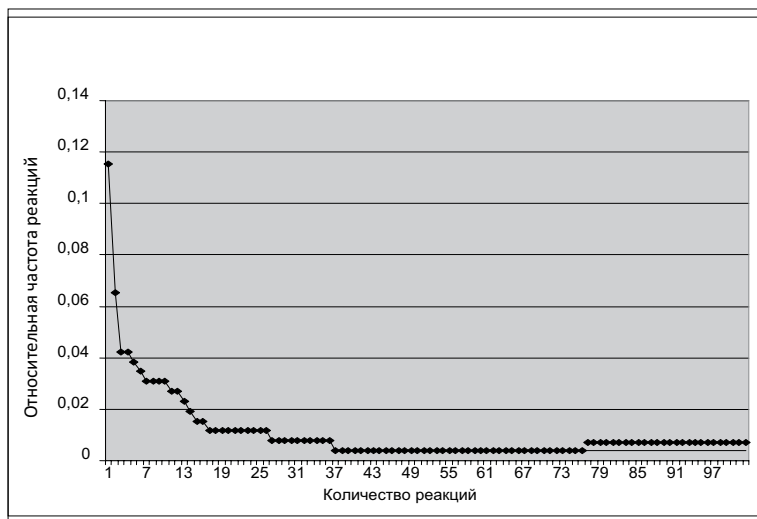


Рис. 1. Распределение реакций в ассоциативном поле слова-стимула БОМЖ

**4.2.** Обратимся к анализу ассоциативного поля слова-стимула БОМЖ. Ассоциативное поле обладает сравнительно компактной структурой (рис. 1). График распределения ассоциаций на слово-стимул, приведенный на рис. 1, дает возможность увидеть наличие ядра из частотных реакций (первые две точки), компактную область неслучайных реакций (точки в частотном диапазоне от 4 до 1 %) и длинный хвост малочастотных и единичных реакций. Самая частотная реакция *грязь* составляет 12 % ответов; доля второй по частотности реакции *бездомный* — 7 %; третью позицию по частотности занимают ассоциации *грязный*, *нищий*, *улица* (по 4 %). Единичные реакции не превышают трети общего количества ответов (29 %). Наличие одной-двух частотных реакций свидетельствует о сформированности стереотипа восприятия и оценки значения слова и его референта. В соответствии с полученными ассоциациями

БОМЖ для молодых носителей русского языка — прежде всего *грязь* и *бездомный*. Вторая по частотности ассоциация вербализует ядерную сему ('без определенного места жительства').

4.3. Рассмотрим ассоциативные реакции, отражающие семантические признаки лексемы, и определим, насколько семантические признаки релевантны психологическому значению слова-стимула БОМЖ.

4.3.1. Начнем с семантического признака, вербализованного второй по частотности ассоциацией. Ядерная сема 'без определенного места жительства' восходит к архисеме пространства, среды обитания, 'локуса'. Семантический признак 'локус' обнаруживаем в значении таких низкочастотных слов-реакций: *улица, помойка, подвал, вокзал, без дома, без жилья, квартира, Пермь II\**, *свалка*; а также в составе единичных ассоциаций: *без места жительства, без места жительства нищий, бродяга бездомный, дом, колодец, мост, мусорный контейнер, нет жилья, Пермь, рынок*. Отсутствие определенного места жительства непосредственно выражают семь различных ассоциаций (*бездомный, без дома, без жилья, без места жительства, без места жительства нищий, бродяга бездомный, нет жилья*), суммарная доля их составляет 10 % от общего числа ответов.

Можно констатировать, что семантический признак 'без определенного места жительства' не только психологически релевантен, но и осознаваем как компонент структуры значения слова *бомж*. Для наших испытуемых лексема не утратила мотивировки: слово все еще осознается как аббревиатура когда-то терминологического словосочетания *без определенного места жительства*.

4.3.2. Обратимся к обсуждению слов-реакций, содержащих сему места и более опосредованно отражающих рассматриваемый семантический признак. Во-первых, в сознании носителей языка актуализировались лексемы, обозначающие жилые помещения (*дом, квартира*), подсобные помещения (*подвал*), общественные места и постройки (*улица, вокзал, Пермь II, рынок*). Во-вторых, с заданным словом-стимулом оказались связаны лексемы, обозначающие «маргинальные локусы» городской жизни: *помойка, свалка, колодец, мост, мусорный контейнер*. По всей видимости, последний набор слов-реакций включает номинации среды обитания бомжа, вербализуя сложившиеся у молодых россиян представления о жизни люмпенов. Таким образом, в ассоциативном поле не только отражена сема 'без определенного места жительства', но и ограничи-

---

\* Название железнодорожной станции в городе Перми, на которой расположен центральный вокзал.

вается локус временного проживания асоциальных элементов, который можно определить как реализацию семантического признака 'место временного проживания, среда обитания'. В сознании молодых *бомж* — это обитатель маргинальных локусов города.

**4.3.3.** Сема 'бродяга' довольно актуальна: ассоциация *бродяга* является неслучайной и составляет 3 % ответов. Полагаем, что семантический признак 'бродяга' отражен также словами-реакциями, семантическая структура которых содержит сему 'место, локус'. Актуализованная словом-стимулом среда обитания представлена прежде всего маргинальными локусами, не пригодными для постоянного проживания, что, на наш взгляд, отражает сему бродяжничества, перемещения с места на место без определенной цели. Номинации *улица, вокзал, Пермь II, мост* предполагают перемещение, движение из одного места в другое. Закономерно отсутствие номинаций локусов, связанных с путешествием, туризмом, переездом, целенаправленным перемещением с места на место. Целенаправленное перемещение не ассоциируется с образом жизни асоциальных элементов.

**4.3.4.** Сема 'дезадаптированный человек, асоциальный элемент' эксплицирована ассоциативными реакциями *бич, бродяга, бедный, алкоголик, бедность, беженец, пьяный, бедняк, нищета, пьяница, алкаш, беднота, безденежье, беспризорник, больной, дурак, маргинал, несчастный человек, неудачник, нищий, бич, бездомный, пьянь, сирота*. Для языкового сознания остаются актуальными социальные характеристики, о чем можно судить по ассоциациям *бич, беженец, беспризорник, сирота, маргинал*. Обратим внимание на самую частотную из приведенных ассоциаций — *бич* (3 % ответов); слово представляет собой аббревиатуру словосочетания «бывший интеллигентный человек». Вероятно, в осознании значения обсуждаемой лексемы существен признак утраты определенно-го социального статуса.

Приведенные слова-реакции проясняют распространенные представления о причинах социальной дезадаптации. Полагаем, что для психологического значения слова релевантен признак 'причины социальной дезадаптации', не представленный в словарном толковании и семантической структуре слова в качестве самостоятельной семы. Примем за отражение актуальности рассматриваемого признака суммарную частотность ассоциаций, в семантике которых так или иначе репрезентированы семантические признаки социального неблагополучия. Тогда список причин социальной дезадаптации, в котором на первом месте указана причина, вербализованная неслучайными ассоциациями, выглядит таким образом:

- низкий уровень жизни (*нищий, бедный, бедность, бедняк, нищета, беднота, безденежье*);
- вредные привычки (*алкоголик, пьяный, пьяница, алкаш, пьянь*);
- ограниченные возможности (*больной, дурак, глупец, неудачник, несчастный человек*);
- семейные обстоятельства (*беспризорник, сирота*);
- гуманитарные и стихийные катастрофы (*беженец*).

Насколько мы можем судить, в языковом сознании в качестве наиболее вероятных причин утраты местожительства представлен низкий уровень жизни, обнищание и вредные привычки.

**4.3.5.** Обратимся к обсуждению ассоциаций, отражающих сему ‘без определенных занятий’. Эта сема опосредованно представлена ассоциациями, обозначающими среду обитания бомжа и реализующими сему бродяжничества. В ассоциативном поле нет слов-реакций со значением «работа» или «занятие». Полагаем, что лексические связи слова *бомж*, обусловленные семой ‘без определенных занятий’, в языковом сознании не актуальны. Психологическая нерелевантность этого семантического признака проявляется в эффекте склеивания нескольких признаков: ‘без определенного места жительства’, ‘бродяга’, ‘дезадаптированный человек, асоциальный элемент’, ‘опустившийся человек’. Отсутствие определенных занятий предполагает социальную невостребованность, исключение из активной социальной жизни, что, собственно, и приводит к дезадаптации. Всплывающие в сознании в связи со словом-стимулом номинации локусов дают возможность представить доступные виды деятельности в обозначенной среде. Полагаем, что слова-реакции, обозначающие работу или занятие, не актуальны в ассоциативном поле слова-стимула БОМЖ, поскольку испытуемые генерируют ассоциации, отражающие симультанное восприятие явления. Актуальность характеристик деятельности (в том числе работы и занятия) предполагает наблюдение над активностью или совместную активность. Ни наблюдение над активностью, ни совместная активность в данном случае невозможны. Наши испытуемые психологически дистанцированы от объекта, обозначенного исходным словом-стимулом. Ассоциативные реакции фиксируют симультанные впечатления, а не результаты лонгитюдных наблюдений.

**4.3.6.** Семантический признак ‘опустившийся человек, плохо одетый человек’, как нам кажется, стоит рассматривать отдельно от семы ‘асоциальный элемент’, хотя в словарях литературного языка сема ‘опустившийся человек’ не отражается. Основным аргументом в пользу выде-



ленности семантического признака ‘опустившийся человек, плохо одетый человек’ является наличие в нем явно выраженной эмоциональной оценочности, сконцентрированности на внешних характеристиках. Сема ‘социально дезадаптированный человек, асоциальный элемент’ не предполагает непосредственной эмоциональной оценки, тем более связанной с внешностью, эта сема отражает изменение социального статуса, движение вниз по социальной лестнице. Обсудим слова-реакции, обозначающие феномены, связанные с впечатлением от облика бомжа. Внешний вид и восприятие облика асоциального элемента нашими испытуемыми отражают ассоциации: *грязь, грязный, вонь, мусор, запах, вонючий, воняет, газета, голод, в крови, вши, грязное пальто, грязь, омерзение, запах, лохматое существо, неприятный запах, неряха, плохо пахнет, противный запах, синяк, старик, старый пиджак, страшный, убожество, урод, штаны*. Суммарная доля приведенных слов-реакций в ассоциативном поле составляет 32 %: почти треть пришедших в голову нашим испытуемым ассоциаций вызвана внешним обликом и отражает впечатления от него. Очевидно, это наиболее частотная стратегия ассоциирования, спровоцированная заданным словом-стимулом БОМЖ. Внешний облик оказывается весьма неприглядным, а впечатление от него — негативным. Основными признаками, ассоциированными со словом-стимулом БОМЖ для участников эксперимента являются *грязь* и *неприятный запах*. Лексема **бомж** осознается как номинация перцептивной категории, сформированной в результате классификации однородных явлений (представителей низов общества) на основе перцептивно выпуклых признаков.

**4.3.7.** Рассмотрим отдельно слова-реакции, обозначающие эмоции и чувства, позволяющие судить об отношении к асоциальным элементам. Заметим, что в ассоциативном поле довольно много эмоционально окрашенных и оценочных реакций. Мы относим к таким реакциям обозначение эмоций и чувств (в таком случае сема оценки входит в сигнификат), а также эмоционально-оценочную лексику, имеющую соответствующие пометы в словарях. Субъектом, переживающим эмоции и чувства, обычно является сам участник эксперимента. Эмоции могут быть направлены как на отдельные характеристики исследуемого социального феномена, так и на феномен в целом. В ассоциативном поле обнаруживаем такие номинации эмоций, как *отвращение, жалость, стыд, неприязнь, страх, ужас*. Наиболее частотными в данном списке оказываются реакции *отвращение* и *жалость*. Отвращение — одна из базовых эмоций. Эмоция отвращения формировалась на начальных

этапах становления психики человека. Комментируя значимость отвращения, К. Изард в своем классическом труде связывает отвращение с боязнью психологических потерь, страхом снижения самооценки [Изард 1999].

В психологии принято разграничивать первичные (или базовые, основные) и вторичные эмоции. Основные эмоции одинаковы для высших млекопитающих, список основных эмоций ограничен восьмью состояниями, переживание которых определяет программу последующего поведения: радость, интерес, удивление, отвращение (или презрение), гнев, горе, страх, стыд [Там же]. Как видим, заданное слово-стимул ассоциируется с тремя базовыми эмоциями. Помимо отвращения, это еще стыд и страх. Каждая из эмоций «запускает» определенную программу действий. Отвращение вызывает отторжение от объекта, страх — избегание объекта, наконец, стыд — «подчинение» объекту, стремление «отработать» чувство вины. Реакция *жалость* представляет собой номинацию чувства, формирующегося на основе эмоции «горе, страдание» [Там же].

Информацию, содержащуюся в словах-реакциях, обозначающих эмоции, можно интерпретировать как стремление избегать всего, что связано с бомжом, в сочетании со стыдом за собственное благополучие и состраданием бедственному положению. Бомж принадлежит иному миру, с которым не стоит иметь точек соприкосновения; бомж — «чужой». Обращение к другим реакциям из данного ассоциативного поля позволяет обнаружить, что принадлежность к «чужим» определяется в первую очередь по социальным критериям.

**4.3.8.** Подведем итоги анализа ассоциативного поля слова-стимула БОМЖ. Покажем на диаграмме соотношение условных семантических категорий, выраженных ассоциативными реакциями (рис. 2). Каждой из семи категорий соответствует сектор диаграммы, пропорциональный совокупной частотности входящих в нее ассоциаций. Наиболее крупный сектор объединяет реакции, характеризующие внешнее впечатление от представителя асоциальных элементов. Близкий к нему по размеру сектор «достался» реакциям, номинирующим причины социальной дезадаптации. Эти два сектора составляют половину площади круговой диаграммы. Следующие два равных по площади сектора представляют долю ассоциаций, обозначающих локус и эмоции. Немного меньшую площадь занимает сектор, отражающий долю ассоциаций, так или иначе расшифровывающих стимул-аббревиатуру. Наконец, два маленьких сектора показывают долю отказов и деривационных реакций.

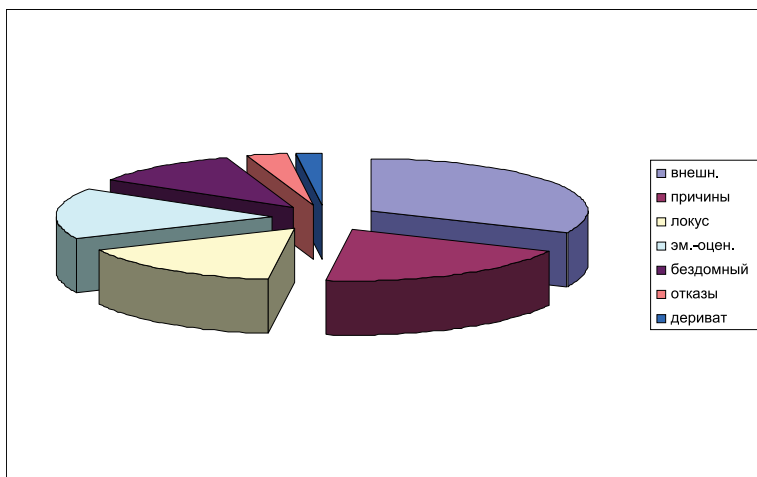


Рис. 2. Распределение ассоциаций на слово-стимул БОМЖ по условным семантическим категориям по мере убывания совокупной частотности входящих в них ассоциативных реакций: внешние характеристики; причины социальной дезадаптации; локус; эмоции; расшифровка аббревиатуры; отказы от реакции; деривационные реакции

Таким образом, в ядро психологического значения слова *бомж* входят два компонента. Это образные (денотативные) компоненты, определяющие референциальную область лексемы. Для осознания значения слова существенны перцептивно выпуклые визуальные характеристики, в том числе те, которые указывают на причины социальной дезадаптации.

## 5. Психологическое значение слова *бомж*

**5.1.** В ассоциациях представлены все семантические признаки слова. Это означает, что все семантические признаки релевантны его психологическому значению. Частотные реакции отражают сему отсутствия постоянного местожительства и негативную оценку среды обитания. Семантический признак 'отсутствие работы, определенных занятий' представлен в ассоциативном поле имплицитно, «склеен» с семой бродяжничества, характеристикой внешнего вида, оценкой и семами, относящимися к локусу и социальной дезадаптации.

**5.2.** Сема 'асоциальный элемент' представлена в ассоциативном поле разнообразными словами-реакциями. Среди них можно обнаружить другие наименования люмпенов и номинации причин, приведших к социальной дезадаптации. В одну категорию с *бомж* попадают *бич*, *бро-*

бродяга, беженец, беспризорник, сирота, маргинал. К утрате определенного социального статуса приводят различные причины; для языкового сознания актуальны прежде всего низкий уровень жизни и вредные привычки. Семантический признак ‘причины социальной дезадаптации’, насколько позволяют судить ассоциативные реакции, релевантен и актуален для психологического значения слова.

**5.3.** Наиболее актуальными семами, наряду с семантическим признаком ‘бездомный’, для слова *бомж* являются семы ‘опустившийся’ и ‘плохо одетый’. Внешний облик и оценка внешнего облика представлена третью всех ответов наших испытуемых. Между тем семы ‘опустившийся’ и ‘плохо одетый’ не вербализованы в дефинициях лексемы в словарях литературного языка. Как нам кажется, это несколько упрощает семантику слова, лишает его перцептивной основы\*, ярко выраженной негативной оценочности.

**5.4.** Существенную роль в психологическом значении слова играет эмоционально-оценочная компонента. Оценка — сравнительно поверхностная стратегия реагирования в ассоциативном эксперименте [Траченко и др. 2001], поскольку оценки легко актуализуются. Иногда полагают, что рекуррентность и частотность оценочных реакций в ассоциативном поле является маркером высокой степени значимости концепта, стоящего за словом-стимулом [Гольдин 2006]. В таком случае слово *бомж* можно признать концептом высокой значимости для молодых россиян. Думается, что все же рекуррентность и частотность оценок в ассоциациях не связаны с высокой степенью значимости концепта или обусловлены не только и не столько значимостью концепта, сколько наличием среди компонент содержания концепта перцептивно выпуклых признаков либо значимостью образной составляющей в семантической структуре слова. А. Пейвио с коллегами выявил статистически достоверную прямую корреляцию образности и оценочности слова [Paivio et al. 1968]. Полагаем, что существенность оценки, причем негативной, для переживания психологического значения слова *бомж* обусловлена значимостью перцептивной основы, «чувственной ткани», денотатных сем для значения слова.

**5.5.** Таким образом, в ассоциациях молодых россиян *бомж* — это бездомный, обитающий в маргинальных локусах города бродяга, весьма неприглядный и дурно пахнущий, вызывающий отвращение и страх, но

---

\* О перцептивной основе, или образной составляющей, значения слова *бомж* пишет А. А. Залевская [1999] и приводит теоретическое обоснование важности этой составляющей семантики, опираясь на концепцию Ф. Е. Василюка [1993] о структуре образа и связанную с именем И. М. Сеченова физиологию восприятия [Залевская 2007].

все же достойный жалости, утративший социальный статус в силу обнищания или вредных привычек. Бомж принадлежит к категории «чужой»; он исключен из категории «свой» по социальному критерию.

## **6. Содержание концепта *бомж***

Установим характеристики концепта и статус категории, в которую входит слово *бомж*.

**6.1.** Отдавая себе отчет в социальной природе концепта, его принадлежности культуре, мы акцентируем внимание на таком сущностном признаке концепта, как принадлежность сфере ментального. Концепт — прежде всего ментальное образование, единица, сформированная в результате обработки когнитивного и коммуникативного опыта. Благодаря коммуникации, прежде всего речевой, происходит приобщение члена социума к культурной традиции, что позволяет усвоить знания, не приобретенные в собственном опыте. Собственно говоря, таким образом реализуется когнитивная функция языка. Подобно тому, как варьирует значение слова в идиолекте носителя национального языка, представление о содержании концепта тоже является вариативным в сознании носителей культурной традиции. Индивидуальное переживание концепта предопределено разнообразием культурного опыта человека [Лихачев 1997: 281].

**6.1.1.** Обратимся к обсуждению содержания концепта, обозначенного словом *бомж*.

В современном русском литературном языке за словом *бомж* стоит концепт опустившегося человека, не имеющего надежного пристанища и работы, благодаря которой он мог бы обеспечить себе достойное существование.

**6.1.2.** В сознании молодых носителей языка концепт *бомж* обнаруживает признаки:

- неопрятный человек;
- опустившийся;
- производящий отталкивающее впечатление;
- вызывающий гамму негативных эмоций;
- лишившийся дома;
- обитающий в не приспособленных для жилья местах;
- социально дезадаптированный в силу обнищания и пагубных привычек;
- социально «чужой».

*Бомж* в определенной мере «свой», поскольку принадлежит тому же этносу, а в прошлом, возможно, принадлежал тому же социуму, что и

участники эксперимента. Эмоции, актуальные в содержательной структуре концепта, являются базовыми и связаны прежде всего с отторжением и избеганием. Эмоциогенность, даже стрессогенность концепта свидетельствует об угрозе приближения, контакта с чужим миром, к которому принадлежит бомж.

Полагаем, что концепт *бомж* сформирован на основе перцептивной категории, включающей эмпирически определенные носителями языка признаки объектов, входящие в область референции лексем, реализующих концепт. В содержательной структуре рассматриваемого концепта весьма существенна эмпирическая компонента, фиксирующая зрительные и обонятельные ощущения, синтезирующие малопривлекательный внешний облик. На этом основании мы склонны относить концепт *бомж* к концептам с плотным ядром [Степанов 1997]. Как и любой концепт, он обнаруживает трехслойную структуру: актуальный признак, пассивный признак и внутреннюю форму. В концепте *бомж* в качестве актуального признака выступает отталкивающий внешний облик, вызывающий эмоции отторжения. Пассивным признаком оказывается социальная дезадаптация в силу обнищания и вредных привычек. Внутренняя форма концепта, не утратившая актуальности, — бездомность, отсутствие постоянного места жительства.

**6.2.** Под когнитивной категорией мы в данном случае подразумеваем результат «наивной категоризации», объединение объектов в группу в результате классификации по перцептивно выпуклым или даже ситуативным признакам [Фрумкина 2001]. Дж. Лакофф определил установление когнитивных категорий как один из основных способов организации опыта: человек определяет категорию события, действия, эмоции, пространственных и социальных отношений, а также абстрактных понятий самых различных типов [Лакофф 2004]. Образованные в результате такой классификации категории обладают специфической структурой: отношения между членами категории несимметричны, семантическое расстояние от каждого из членов категории до ее имени различно, центральное место в категории занимает прототип — типичный представитель категории (см. работы Э. Рош и Р. М. Фрумкиной). Поскольку в психологическом значении слова *бомж* первостепенной значимостью обладает перцептивный образ, «чувственная ткань» значения, постольку *бомж* может быть идентифицирован как член перцептивной категории.

*Бомж* относится к «чужим» по социальному критерию, причем в содержании концепта отражена вероятная в прошлом принадлежность бомжа к «своим».

Помимо категории «чужой», обсуждаемый концепт включен в категорию «асоциальные элементы, люмпены». Вхождение в данную категорию подтверждается актуальностью признака ‘социальная дезадаптация’. В рамках данной категории концепт и лексема **бомж** обнаруживает прототипические черты. Одной из прототипических черт мы склонны считать распространенность лексемы **бомж** в дискурсе, ее частотность по сравнению с другими номинациями членов категории (**люмпен**, **маргинал**, **бич**). Тем не менее для определения места концепта **бомж** в структуре категории «асоциальные элементы, люмпены» необходимо специальное исследование. Категории «чужой» и «люмпен» являются взаимосвязанными, поскольку категория «люмпен» объединяет исключенных из социума, «чужих» по социальному критерию.

Категории «чужой» и «люмпен» — это семантические, или когнитивные, категории, образованные в результате выделения различных признаков в воспринимаемых объектах: перцептивных, эмпирических и априорных, в том числе логических. Определение принадлежности к «чужим» или «люмпенам» происходит не только по внешним, непосредственно воспринимаемым признакам (зрительным, слуховым, обонятельным и пр.), но и на основе мыслительного анализа внешних впечатлений.

## 7. Выводы

Значения лексемы **бомж**, представленные в словарных толкованиях, не в полной мере отражают психологическое значение слова, актуальное для языкового сознания. Выявленные в результате экспериментального психолингвистического исследования семантические компоненты, реализованные в лексических связях слова-стимула со словами-реакциями, не зафиксированы в словарях. Между тем выявленные семантические компоненты представляют ядро значения слова и содержания концепта.

Содержание концепта **бомж** в современной российской культуре и сознании молодых россиян существенно различается. В сознании молодых носителей языка концепт обнаруживает плотное ядро, сформированное за счет перцептивно выпуклых признаков референта, и ярко выраженную негативную оценочность.

Лексема вошла в литературный язык для обозначения распространившегося в постсоветскую эпоху явления — массовой дезадаптации людей, утративших идентичность вследствие социальных и экономических потрясений последних десятилетий.

## Советская составляющая уральской просторечной культуры

*И. В. Шалина*

В современных гуманитарных исследованиях, посвященных влиянию изменений социокультурной среды на сознание и социальный характер людей, утверждается мысль о том, что последние не подвержены радикальным переменам, что основные структуры сознания в значительной мере остаются неизменными. Так, например, специальное изучение вербализованной деятельности метаязыкового сознания, активизировавшегося на рубеже веков, показало: «Людям, чья социализация прошла в рамках прежней общественной системы, невозможно в короткие сроки кардинальным образом изменить мировоззренческие установки» [Вепрева 2002: 334]. Наблюдения над коммуникативными практиками носителей уральского городского просторечия-1 (мы располагаем паспортизованным материалом — письмами, адресованными городской, областной администрации и Президенту России (2005–2007), а также текстами-разговорами, собранными методом включенного наблюдения в 1996–2008 годах) позволяют согласиться с этими выводами. Попробуем это показать.

Речевой материал дает возможность поставить вопрос о лингвокультурном типаже «носитель городского просторечия-1». Под лингвокультурным типажом мы будем понимать языковую личность, в коммуникативном поведении которой находят отражение культурные конвенции, представления, ценностно значимые установки относительно мира, других людей и себя в этом мире. Иными словами, в вербальном и невербальном поведении, внешней деятельности, ценностных ориентациях и предпочтениях проявляется специфика мироощущения, миропонимания



и мирооценивания личности, входящей в социокультурную общность. Представим отдельные штрихи к портрету лингвокультурного типажа. Текстовые фрагменты, иллюстрирующие характеристики типажа, приведены выборочно (в письмах орфография, пунктуация, стилистика авторов сохранены), коммуниканты обозначены инициалами.

**1. Физические характеристики** (гендерная принадлежность, возраст, здоровье). Носители городского просторечия-1 — это преимущественно женщины, пожилые люди, те, кому за 70. Свой возраст и физическое состояние коммуниканты не скрывают, а, наоборот, подчеркивают, руководствуясь установкой: *Старость заслуживает уважения, болезни и физические страдания — основание для сторонней помощи и сочувствия*. Сигналы возрастной и телесной идентичности часто эксплицируются в разговорах о земном. Для их обозначения используются литературные и социально маркированные средства (количественные числительные, конкретные, собирательные существительные, формульные словосочетания): *75 лет, 84 года; старуха, бабушка, бабка, старье; пенсионерка, инвалидка; под старость лет; на тот свет пора; хорошо пожили; развалина развалиной; выйти из строя*; и др. Например:

**О. М.** — Я свыклася / что старуха-старухой / морда сморщилася / хоть намажсь / она старая / хоть не намажсь / все такая же //

**М. В.** — А мне дочь сказала / те / мама 75 лет скоро // Я грю / «Не буду Оля / я не буду делать / не на что делать // Нет / тяжело / не могу уже / из строя вышла прямо» // И делать-то не делала / и прийти / почти никто не пришел / и все равно / скоко нервов //

**А. Ф.** — И я вот / вишь здоровье подкачало / а то бы пришла / подняла бы здоровье сразу //

Разговоры о здоровье, подорванном работой и тяжелой жизнью, занимают в межличностном общении коммуникантов значительное место. Детализированное описание болезней и социальных тягот стереотипизируется. Например, в письмах Президенту России они рассматриваются как весомое обоснование излагаемой просьбы, как сигналы установления доверительного контакта в условиях ролевого дефицита и надежды на помощь: *...Все здоровье износила сейчас все суставы устали сердце болит после бруцеллеза, да и давление часто прыгает по всякому. Ноги плохо ходят...*; *Мы с мамой живем. Здоровья нет. Больные, болеем. Помогите пожалуйста или напишите письмо; Я приобрела неизлечимую болезнь рака молочной железы ... необходимо улучшенное питание для поддержания здоровья, но я не в состоянии, еще лимфостаз правой*

руки после перенесенной операции прошла облучение; А еще я нахожусь в ракурсе электроэнергии. Моя противоположная соседка по квартире гонит в буквальном смысле слова спирт самогон (точно не знаю) ягод много, но она ворует энергию, подорвала у меня здоровье. Начиная с ноября 2004 г. по сегодняшний день (а это бывает через день с 10 вечера до утра) я наэлектризована, а это противопоказано (возможно пойдут метастазы — а это жуть).

**2. Социальные характеристики** (местожительство, происхождение, профессиональный статус, семейное положение). Большинство носителей городского просторечия-1 — коренные уральцы. Горожане в первом поколении, они живут в Екатеринбурге и городах Свердловской области: Первоуральске, Карпинске, Верхней Салде, Богдановиче, Асбесте, Нижних Сергах и др. Сигналы геолокальной идентичности вкрапливаются в разговоры: *женщина с Урала; Привет с Урала от всех нас уральцев* (из письма к родственникам); *Володя асбестовский* (о брате, живущем в Асбесте).

Пройдя первичную социализацию в деревенской культуре, впитав ментальные и поведенческие образцы, транслируемые родительской семьей, эти люди сумели преодолеть наличное бытие, заданное габитусом прошлой (крестьянской) жизни [Козлова 1996: 127; Круглова 2005: 91], пережить «драму идентичности» и получить вторичную социализацию в городской культуре:

**Ф. П.** (о работе в няньках) — *Я попала к врачам / Кира Афанасьевна Павлова / а он инженер ВИЗовского завода Юрий Михайлович / у них был мальчик // Они меня кормили / не за общим столом конечно / она мне оставляла // А потом я стала нянчиться с ребенком / на Чапаева 14 // Подполковник милиции / Он меня и прописал / паспорт мне оформил // И все время говорил / «Иди учись» // Верка (подруга) сразу сказала / «Я пойду в ремесленное / там без экзаменов берут» // А я / тада первый год на Уралмаше (один из районов г. Свердловска) медучилище открыли / первое в Свердловске трехгодичное / Я сдавала русский и математику / бойковатая была / сама не знаю как поступила / как математику сдала //*

Следующий пример иллюстрирует типизированные события жизненного сценария носителя просторечия, произошедшие после инициации — включения во взрослую самостоятельную жизнь. Опорными вехами сценария на новом жизненном витке становятся знакомство с будущим мужем, замужество, рождение ребенка, устройство на работу. В городе происходит обретение семейной и профессиональной идентичности.

**А. Б.** — *Када мне исполнилось двадцать лет / я переехала в город Карпинск / да так и осталась здесь насовсем // Здесь же познакомилась с дедом (о муже) / замуж за него вышла / забеременела ... родила девочку / назвала Ириной / и все нормально потом стало ... я устроилась в завод и проработала там много лет //*

Разговоры о семье эксплицируют актуальные семейные роли носительницы просторечия-1 в настоящем — жена, бабушка, вдова. Многие коммуниканты испытывают семейно-ролевой дефицит. Коммуникативное одиночество обостряет потребность выговориться:

**В. И.** (о муже) — *Мы с ним прожили 53 года / все нормально // Дай Бог каждому так прожить // Он меня часто называет Верунчик // Верунчику уж 84 / а все Верунчик // А у меня срывается Толюнчик / или даже Толенька //*

**Н. С.** — *Я мать свою на 85-м схоронила // Под старость лет одна осталась //*

**А. Ф.** — *И у меня мама на 80-м / не дожила несколько месяцев // Рудольф (о муже) в 52 года // Молодым // Жить бы да жить // Подкузьмила вот бо-лезь [болезнь] //*

**Ф. П.** (о муже) — *У меня в 53 //*

**А. Ф.** — *Ну вот / вишь какие молодые ушли //*

Носители уральского городского просторечия-1 — это люди, имеющие начальное, незаконченное среднее, законченное среднее или среднее специальное образование. Представим небольшую выборку зафиксированных нами номинаций профессий: *дробильщица, уборщица, нянечка, санитарка, посудомойка, каталь, маляр, монтер, грузчик, кочегар, учетчица, шофер, путеобходчик, разнорабочий, слесарь, продавец, швея, медсестра, кондитер, ветфельдшер* и др. Большинство профессий — рабочие. В сознании коммуникантов работа связана с выполнением тяжелого физического труда:

**А. И.** — *Работала на подвозке угля // Там три бункера / и краном накидываем // А крана нет / дак рукам накидываем / а у меня никак не берется // Сначала где-то месяц эти места (показывает на руки) так болели / так болели // Ну потом втянулась ... // Вот так всю жись / и всю жись в тяжес-ти / всю жись тяжелое // И все мужская работа / все мужская // О-о-й / не приведи Бог!*

**К. П.** — *Я в Салдинском заводе в кузнечном цехе работала // Ковали эти / к самолетам лопатки // Молот-то этот самый был тяжелый / сорок пять тонн / или сто двадцать // Он как бухал / как бухал / я прям даже оглохла //*

**(Из писем Президенту России)** *Свою трудовую деятельность начала с 13 лет работала на Тавдинском лесопильном заводе разнорабочей. Кем только не пришлось мне работать, была и кочегаром и продавцом. Основная профессия — это кондитер. долгие годы работала мастером на Артемовском хлебокомбинате. Жила на квартирах, прислуживала хозяевам...; Я ветеран тыла и труда и инвалид II группы проработала на ж.д. транспорте 40 лет и 21 день...; В 1944 г. приняли в Райветличебницу вет-фельдшером, работа не женская.*

**3. Культурологическая характеристика «свой круг».** Категория «свой круг» выводится на основе лингвокультурологической оппозиции «свой — чужой». *Свои* — это люди, принимающие установленный порядок вещей, социально, культурно близкие, создающие «уголок мира» — место, где существуют покой и лад. *Чужие* — это социально и культурно чуждые, пространственно далекие, нарушающие покой и лад. В следующем текстовом фрагменте наглядно представлены номинанты «своего круга» носительницы простречия-1: члены семьи (*дочь*); близкие и дальние родственники (*сватья, свояченица, два племянника с ребятами*); друзья (*подруга*); сотрудники (*Валя / вместе работали*).

**М. И.** — *У меня день рождения скоро // Дочь обязательно придет // Сватья уже напрашивается // Свояченица придет // Подруга хорошая // У нас Валя придет обязательно / вместе работали // Этих позову / у меня два племянника / как не позовешь // А если с ребятами придут? Я посчитала / дак мне их садить некуда будет //*

В «свой круг» носители простречия-1 включают также соседей. Нами зафиксированы постоянные общности, где «кипит и бьется» общино-бытовая жизнь коммуникантов (семейно-родственная, соседская, дружеская), и временные общности (общение в больнице, магазине, транспорте, купе поезда).

Итак, активная и сознательная часть бытия коммуникантов прочно вписана в советский хронотоп. Носителей простречия-1 можно назвать простыми советскими людьми. Несобытийный характер их настоящей жизни обостряет культурную память и потребность рассказать о событиях прошлого. Рассказы предстают как живая ретроспекция, показывают, что сознание коммуникантов «скроено» и крепко «сшито» по советским лекалам. Так, столкновение стереотипов советского образа жизни и нового образа жизни (отношение к труду) эксплицируется в следующем диалоге соседок:

**Ф. П.** — Ты помнишь Перваго? Начальник-то ваш / Геологоуправление //

**А. Ф.** — Да помню / помню // Перваго кланялся мне в ноги // В Геологоуправлении первая дробильница // Надо пробы раздробить по-быстрому // Куда? Некуда // В горный институт / а горный институт тоже загибал цены // Возьмет / не возьмет // Ну он договорился / и я пошла у них там пропустила // «Уважаемая Александра Филипповна! Я вас очень прошу / сделайте пожалуйста срочно» // Я иной раз вместо 200 проб 500 пропускала //

**Ф. П.** — Ну и че / оплатил хоть? А то поди спасибо не сказал //

**А. Ф.** — Дак и так бывает // Иногда в двойном заплотят / а иногда нет //

**Ф. П.** — Скажи / двойную норму платИте / тада //

**А. Ф.** — Дак никто не идет // Здоровье надо //

**Ф. П.** — Ишь тебе какой почет и уважение были / на вес золота ценилась //

**А. Ф.** — Ак вот на юбилее-то была / начальник Вере Телегиной наказывал / «Пускай Александра Филипповна обязательно придет // 40-летие партии» (геологической партии) // Када я пришла / начальник и grit / «Ну Александра Филипповна / Вас мы токо вспоминаем // У нас работы вот так (показывает) / а никто не идет //

**Ф. П.** — Дак конечно Шура / ты там пылью дышала //

**А. Ф.** — Ну / у меня легкие-то от этого // Сквозняк / меня обдувало везде // От Вайнера до дому иду / ноги ледяные // <...>

**Ф. П.** — Вот Шура поэтому щас и колет все // У тебя там сосуды нарушены и нервы //

**А. Ф. (Шутит)** — Токо и думаю / выпить горького // Где же чашка / чтоб сердцу было веселей? Где же ты моя милашка?! Да / моя работа с дробилки начиналась // Я свою прошифровала / иду на конечную станцию / тому помогаю / расшифровщикам помогаю //

**Ф. П.** — Универсал //

**А. Ф.** — Начальник grit / «Ну вот сидела бы на работе / она метлу берет / идет во дворе метет / весь двор // Субботник ленинский // У меня во дворе чистота» // Шурую //

**Ф. П.** — Вот никого не упрашивали //

**З. А.** — А щас кого заставить? Вот они огрызнутся //

**Ф. П.** — Дак ой / не пойдут еще //

**З. А.** — Он мне как / внучатый племянник // устроили его в таможеню / в Кольцово // Очень хорошее место / теплое // И попросил начальник подмести // Ну у него никакого образования нет / армия и все // «Дак я вроде того что не нанимался тут вам мести» // Ну и все / его уволили //

Представления о труде занимают важное место в национальной картине мира. Специальные лингвокультурологические исследования показывают, что трудовая деятельность исторически понимается русскими

прежде всего как явление, имеющее акциональную, или духовную, природу. Отрицательное отношение к труду отодвигается на задний план, нейтрализуется. Концепт *труд* в древнерусской культуре тесно связывается с концептами *внутренний мир человека* и *физиологический человек* [Злыденная 2005: 167–173]. Вывод о тесной связи концептов *труд* и *внутренний мир человека* наводит на мысль об интерпретации труда как этического концепта.

Труд для русского человека неотделим от жизни и от самой личности. Трудовая этика является основой «человеческого самоуважения и профессиональной гордости» [Стариков 1989: 181]. Потребность трудиться, установки на трудолюбие, самоотверженный, добросовестный труд, отношение к труду как источнику жизни и естественному состоянию человека являются традиционными установками русского архетипа [Громыко 2000: 86; Колесов 1991: 7]. Отношение к результатам труда также этноспецифично. Для носителей русской культуры не меньшую важность имеют сам процесс и мотивация труда. В. И. Карасик, сравнивая представления об отношении к труду в английском, немецком и русском языках, отмечает, что если для жителей Западной Европы существенны утилитарные признаки результативности труда (работаем на себя и для себя), то для русских существенны этические признаки уважительного отношения к труду и трудящемуся человеку [Карасик 1996: 10].

Советская идеологическая система, воздействуя на сознание носителей национальной культуры, внедряла в него новые идеологемы и мифологемы и эксплуатировала традиционные [Купина 1995]. По данным О. Е. Черновой, в советских газетах субъект труда был представлен как носитель моральных принципов коммунистического общества, как человек, характеризующийся свободой морального выбора [Чернова 2004: 14]. Идеологема *трудолюбивый человек*, включая такие смыслы, как ‘представитель трудового населения’, ‘носитель общей идеологии’, ‘созидатель социализма’, фиксировала и укрупняла идею сплоченности, коллективизма, потребность «быть как все». В сознание человека закладывались представления о трудовом энтузиазме, готовности жертвовать своими интересами во благо страны, относиться к производственному коллективу, как семье, и др. Предполагалось, что эти представления должны вытекать не только из внутренних потребностей человека, но и стать результатом идеологического воспитания.

В диалогическом взаимодействии воспроизводится, по сути, идеальная модель трудового поведения советского человека. А. Ф. выступает

как носитель коммунистической идеологии. Аксиологический предикат *первая дробильница* обобщает собственно акциональную и этическую составляющие труда. Перед нами предстает умелая, знающая все операции технологического процесса, квалифицированная работница (*пробы раздробить по-быстрому; вместо 200 проб 500 пропускала; универсал*) и готовый помочь другим, безотказный, скромный человек (*Я свою прошифровала / иду на конечную станцию / тому помогаю / расшифровщикам помогаю //*; *Иногда в двойном заплотят [зарплату] / а иногда нет*). На эти составляющие накладываются и социально-психологические черты личности: расторопность, энергичность, потребность в активной деятельности. Эти смыслы переданы просторечным глаголом *шуровать*, т. е. «делать что-н. быстро, энергично», наречием *по-быстрому (раздробить)*, повтором глагола *помогать*, однородным рядом глаголов несовершенного вида *берет (метлу), идет, метет (двор)*.

Приятие советских ритуалов (*субботник ленинский*) способствует переносу ритуализованных действий на будничную рабочую жизнь, о чем свидетельствует поведенческая формула *брать метлу и мести двор*. Обратим внимание на имя ценностного объекта *чистота*, в котором совмещаются сущности не только эстетического, но и этического плана: сознательное соблюдение порядка и чистоты на рабочем месте, стирание граней между чужим, казенным, и своим.

В текстах-разговорах, объединенных темой труда, наблюдаем пересечение концептов *труд* и *уважение, почет, скромность, достоинство*. Речевой стереотип *почет и уважение* (в других текстах — *висеть на Доске почета; быть на почете* (прост.)) регулярно включается в высказывания коммуникантов для выражения справедливой оценки результатов их труда, признания трудовых заслуг. Включенные со стороны оценки высокого профессионализма, выраженные фразеологизмом *кланяться в ноги*, этикетными формулами обращения, вежливой просьбы, комплиментарности (*Уважаемая Александра Филипповна! Я вас очень прошу / сделайте пожалуйста срочно//; Вас мы токо вспоминаем //*) укрупняют статус и формируют самооценку работницы. Установки на «ударный» труд и коллективизм заставляют ее быть первой, но не отделяться от коллектива: *Я свою работу прошифровала / иду на конечную станцию / тому помогаю / расшифровщикам помогаю.*

Установка *Работа важнее здоровья* проявляется в готовности жертвовать собственным здоровьем ради работы: *пылью дышала; сквозняк; обдувало везде; ноги ледяные; легкие от этого; сосуды нарушены и нервы.*

Очевидно, что всякое отношение к труду носитель просторечия-1 будет оценивать с идеологически заданных позиций. Обесценивание советских образцов отношения к труду, утилитарно-прагматический подход к делу, сформированный в молодежной среде (*не пойдут; огрызнутся, кого заставишь?*), вызывает осуждение стариков. Ср. также высказывание: **М. И.** — *Щас молодежи важно получить денежную специальность / пусть она будет работага / но денежную // Вишь ить оне как / потрудятся 2–3 года / и все / а потом на денежную работу / копюры стричь / и не будут ни в чем нужды иметь.*

Ценности постиндустриального общества (материальная обеспеченность, собственность, предприимчивость, богатство) воспринимаются носителями просторечной культуры неоднозначно. Представим два показательных диалогических фрагмента (запись 2006 года):

**1. Ф. П.** — *Зоя Андреевна мне grit / «Давай / эт самое / узнай // Мне дом в деревне надо // Я из-за соседки там (в саду) жить не буду // Ой / всяко меня оскорбляет» //*

**3. С.** — *Слушай / Я совсем не понимаю / че там делить? Землю делить не надо / купили ее //*

**Ф. П.** — *Не надо // А вот слушай / они ездят все абсолютно / дети у нее / на иностранных машинах //*

**3. С.** — *А-а / ее и раздражает //*

**Ф. П.** — *И все ездят перед ее участком //*

**3. С.** — *Ну дак какая разница // Дорожка же специально проехать //*

**Ф. П.** — *И что ты богачка / и что ты кулачка / и что ты новая русская // Она ее всяко оскорбляет // Муж-то сначала нейтральную позицию держал / а щас и он стал на нее //*

**3. С.** — *Ой батюшки // <...>*

**Ф. П.** — *Пока они покупали этот сад / у Зои Андреевны как вот / были «Жигули» / с мужем // Илья Иваныч умер / она эту машину продала / кому-то из внуков подарила / они ее продали и добавили / новую // Теперь все у нее катаются на машинах // Сын / зять / невестка / катаются на машинах / все трое внуков // один уезжает / второй приезжает // Их видимо бесит / зависть наверное //*

**3. С.** — *Это чисто зависть // Это ниче кроме зависти // <...>*

**П. 3. А.** — *Жись у нас / не сахар была //*

**Ф. П.** — *Не сахар / нет // И все равно мы считали / что счастливы // Я вот например // Мужья хорошие / свой потом уголок / в конце концов был //*

**3. А.** — *Вишь в чем дело / в то время не могли мы нигде зарабатывать так // Вот если бы щас нашим мужикам // Я больше чем уверена / что мой Илюшка какое-нить дело бы открыл / или по дереву / или по машинам / хоть бы какое-нить //*



**Ф. П.** — Мой бы тоже // хоть бы какую-нибудь мойку / автостоянку // Механик такой он был / прямо / золотые руки у него были //

**З. А.** — Это я не сомневаюсь // И конечно мы бы тоже имели деньги //  
*Но мы ить в таких рамках жили / че мы могли //*

**Ф. П.** — *Совпали года-то как раз // Застой этот <...>*

В первом диалогическом взаимодействии наблюдаем речеповеденческий конфликт. Неприятие новых (вещных) ценностей семейная пара трансформирует в вербальную агрессию, направленную на соседку и ее богатых родных: *Она ее всяко оскорбляет // Муж-то сначала нейтральную позицию держал / а щас и он стал на нее*. Оппозиция *богатый — бедный* [Ильина 2008] имплицитно в стереотипе образа жизни состоятельных людей, занимающихся предпринимательством: *кататься / ездить на иностранных машинах*. Ср.: *Сын / зять / невестка / катаются на машинах / все трое внуков // Один уезжает / второй приезжает*. В лингвокультурном типаже *богатый* носитель советской идеологии, воспитанный на чувстве классовой ненависти, стирает социокультурные грани. Литературные и социально маркированные номинации *богачка, кулачка, новая русская* выступают как контекстные синонимы, объединенные смыслом ‘богатый — значит чужой’.

Если в первом диалоге коммуниканты находят этико-психологические основания инвективного поведения соседей (*зависть*), то во втором диалоге рефлексия по поводу собственного незавидного социального положения, выраженного аксиологической формулой *Жизнь не сахар*, наталкивает их на идеологические основания. Непрямые маркеры советского хронотопа, включенные в речевую ткань рассуждений, получают функционально-смысловую значимость — подчеркивают причины социального бессилия простого советского человека: *в то время не могли мы нигде зарабатывать так; в таких рамках жили / че мы могли; Совпали года-то // Застой этот*. Вместе с тем ценность предприимчивости, материальной обеспеченности, основанной на сметливости, профессионализме, крестьянской хватке, трудолюбию, как таковая ими не отвергается. В их сознании реанимируется инстинкт собственника. Специальное описание предметно-вещного мира крестьянских родительских семей носителей просторечной культуры выявило имя ценностного объекта *достаток*, занимающего важное место в ценностной картине мира коммуникантов. Показательны вербализованные «завиральные» проекты живущих от пенсии до пенсии пожилых женщин, в которых их умершие мужья предстают в роли предпринимателей (см. диалог). Окрашенные модальностью уверенности, высказывания фиксируют процес-

сы дестереотипизации мыслительной деятельности носителей советской идеологии, формирование новой ментальной установки: *богатым быть не зазорно; работа может принести активному, хозяйственному, мастеровитому мужику большие деньги.*

В разговорах людей, живущих на рубеже веков, тема правосознания и отношения к государству является сквозной. Она поднимается в следующем диалогическом фрагменте:

**З. А.** — <...> *Застой этот // Все пережили // Потом опять перестройку / не понимали / че такое перестройка // Вот бывало грядт нам / «Перестраиваться надо» // Я помню даже собрание «Надо перестраиваться» // А как? Никто не знал // И вот идем / собрание проведут // «Дак как перестраиваться?»*

**Ф. П.** — *Рыночная экономика / нам токо / «Рыночная экономика / давайте товарищи перестраиваться» // (о враче, с которым работала) А у меня Нина Евсеевна / она хорошо разбиралась // «Господи / да хоть бы это скорее / рыночная экономика // Ты знаешь / что это такое?» // Я грю / «Нет» // «Вот всего будет изобилие / ты токо приходи и выбирай / че те надо» //*

**З. А.** — *Но я не верила в это / все думала / откуда возьмется?*

**Ф. П.** — *Зоя Андреевна / а по материалам вот / по деньгам-то // Платили нам очень мало // Ведь как грядт / всю жись нам недоплачивали / вот ставка например / хоть и в те годы // На Западе вот такая стоимость оплаты / а мы же получали крохи / и были довольны // Государство же за счет чего держалось? За счет токо нас / что нам были настoko ставки малы // Как в землянках жили люди / радовались / что свой уголок // Никто ить нигде не ходил / не требовал / не жаловался // Вот и потом сознание у нас такое вот было / что мы вот привыкли мириться со всем //*

**З. А.** — *Да //*

**Ф. П.** — *Слушаться как-то / не выступать ходить / не митинговать // Как-то мы вот это еще не понимали //*

**З. А.** — *Ой / дак слушай / митинговать-то низя было / заберут сразу //*

**Ф. П.** — *Как-то мы считали / что скромность //*

**З. А.** — *Ой / с этим всем жили / и думали / что так и надо // Мы ить жили по закону / а это ить опять будет че-то незаконное // Ить закон-то уж мы так боялись / соблюдали // Вот если там портниха какая / на дому если шьет / дак и то ее <...>*

Правосознание рядового советского гражданина можно охарактеризовать как инертное и пассивное. Сущность многих общественно-политических реалий и символов прошлого и настоящего остается для него за гранью понимания. На это указывают глаголы интеллектуальной деятельности с отрицательной частицей: *не знали, не понимали*. Множественное лицо глаголов служит для выражения коллективной точки зре-

ния. Смена идеологических приоритетов не способствует активизации правосознания. Политические предписания и лозунги типа *Рыночная экономика / давайте товарищи перестраиваться* в обыденном сознании носителя просторечной культуры примитивизируются, свертываются до утопического смыслового остатка: *Вот всего будет изобилие / ты токо приходи и выбирай / че те надо.*

Страх перед властью, соединенный с традиционной общекультурной установкой на *примерение с действительностью, терпение*, притупляет чувство собственного достоинства, делает людей законопослушными и аполитичными: *Сознание у нас такое вот было / что мы вот привыкли мириться со всем //; Слушаться как-то / не выступать ходить / не митинговать //; Ить закон-то уж мы так боялись //; Никто ить нигде не ходил / не требовал / не жаловался.*

Лексема закон наполняется культурной спецификой. Формульное предписание *жить по закону* окрашено деонтической модальностью: *думали / что так и надо.* Оно устанавливает соблюдение не столько конституционных прав и обязанностей, сколько идеологически заданных норм: *не ходить, не требовать, не митинговать, не выступать, слушаться.* Приятие норм укореняет в сознании представления о том, что государство регламентирует, контролирует и санкционирует внешнюю и внутреннюю жизнь человека: политическую (*митинговать-то низя было / заберут сразу*), экономическую (*Государство же за счет чего держалось? За счет токо нас / что нам были настоко ставки малы*), приватную.

Механизмы идеологической вербовки гражданина в ряды проводников тоталитарной культуры представлены в следующем монологе:

**В. И.** — *Фабрика быта / «Горбыт» / и я здесь тоже работала в диспетчерской // И вот тут однажды было открытое партийное собрание / было очень много представителей / обширное / открытое / вот // Мы даже откупали помещение / на площади есть переулок Володарского / там есть клуб / клуб Профинтерна / раньше так назывался / и мы там значит делали обширную конференцию // Када конференция кончилась / меня секретарь партийной организации / пришел / по плечу / «Вера Ивановна» / меня по службе Вера Ивановна звали / хоть и молодая была // «Вера Ивановна / вы» / grit / «останьтесь / мне надо с вами побеседовать» // Я так оробела / думаю / «Боже мой / в чем я провинилась? Секретарь партийной организации // У нас объединение очень большое / очень большое городское объединение // Ну и вот / потом все ушли / он и grit / «Вы не догадываетесь / почему я вас пригласил?» // «Нет / а в чем? Что я провинилась?» // Покраснела я / испугалась // Он grit / «Не волнуйтесь // Вот у меня возникла мысль / за ваши способности / чтобы дать рекомендацию / чтобы вы вступили в*

партию КПСС / Ну сначала кандидатом конечно» // Два года я была кандидатом вот / стажировку ведь там // Ну и вот / я грю / забыла / как звать мужчину / дело было давно / в 69-м // Я грю / «Я с мужем посоветуюсь» // Он grit / «А че вы так неуверенно?» // Я так оробела как-то / я грю / «Вы знаете че / я вам откровенно скажу / я была активной комсомолкой // Я вот люблю общество / вот люблю общество» // Он grit / «Вот мы со всех сторон посмотрели на вас / вроде вы подходящий кандидат в члены КПСС» // Пришла домой / «Толя / Вот куда меня хотят принять / во власть» // Пошутили так с ним // Он grit / «Ой Верунчик / а стоит ли вроде того что / быть мот [может] и так можно прожить / без КПССа» // Я грю / «Толя / щас-то как на жись надо смотреть / коли продвигают / шагай вперед / не бойся» // Толю тоже уговаривали / када он в армии служил // Ну что же / я пришла / он правда приехал на другой день / пришел к нам в цех сюда // «Здрасьте» / «Здрасьте / я пришел с Вами побеседовать» // Я диспетчерскую свою закрыла / пошли мы с ним в контору // «Ну как / grit / надумали?» // Я грю / «Да / я даю согласие» // Он меня по плечу похлопал / к щеке своей прижал (Хохочет) // Раньше это было достижение / что секретарь как бы агитирует // Это щас все стоптали под ногами / все перемололи / перевернули и черте че / ниче не существует // Потом он поинтересовался / «А у вас есть комсомольский билет?» // «Есть» // Я комсомолка была / «Ура» // «Вперед» // Я принесла комсомольский билет / собрали значит объединение опять открытое / партийное большое / и нас двое / вот я и Кротова Любовь Иванна / она и щас работает / на Пушкинской / где профсоюз-то вот наш-то / наискосочек зубной поликлиники // Ну и значит дали рекомендацию // У нас была тада / улица Московская / напротив Дворца молодежи / партийная организация Ленинского района // Мне дали мандат испытательный / ну и я / как grit-ся / выдержала / эти все задания выполняла / работала честно / без всяких замечаний // Два года прошло / нас туда на партбюро вызывали / вопросов задавали много / политические вопросы // Было брежневское время / про политику / как с Америкой дела / кто были родители / не были ли за границей / не были ли кулаками // Стажировали будь здоров / даже во рту пересохло // Волнуешься / там же комиссия и каждый по вопросу задает // Ну я конечно все это отрапортовала на сто процентов // Похлопали / пожали рукопожатие / и вручили мне билет // И я заплакала / и радость / и ответственность большая // Ну пришла я домой / Толя ждал меня с хорошим результатом / все же это событие / вступить в партию / это большое событие // Такого конечно мы не отмечали / обыкновенный ужин был // Он с работы / я тоже с работы пришла // Часу в пятом как мы эту закончили церемонию / рукопожатие / партийный билет мне вручили // И вот какое-то состояние было / как щас помню // Еду в трамвае и как лихорадит меня / думаю / «Батюшки / куда же я это попала / зачем я согласилась» // Ну и вот пришла / Толя grit / «Ну че / коммунист / ужинать будем?» // Када это все умялося / привыкла // Первый месяц партсобрание / то открытое / то закрытое / и так втянулася // Очень часто вела я председательскую работу / на партсобрании меня

*выбирали председателем // Я уж не буду хвастаться / язык-то у меня подвешенный // Я уж маленько настажировалась // Ответственность большая // У меня улица Куйбышева была и Большакова / раньше дома-то были частные / у кого колосник полетел / у кого труба задымила // Ой побегала / будь здоров // Попробуй-ка / за трибуну встанешь / да че-нить соврешь / тут глаза выцарапают // Это очень ответственно // Раньше ить это знаешь / это седни депутаты наши стоят / шило на мыло // А тада это строго было / попробуй-ка не выполни че-нить // И вот я всю эту ответственность / всю эту нагрузку оправдала // У меня и седни партбилет / а общий стаж у меня получается 28 лет // Да / мы выросли в такое время / мы верили / мы всегда кричали «Ура» // Вот так вот / и работала честно и с почетом // Я ушла на пенсию / меня тАк проводжали / тАк проводжали / В управлении делали большой вечер // И баян звучал / и песни пели конечно мы наших / революционных лет / не такие какие-нить трень-брень / а все это по существу / по жизни // Шагали вперед / в ногу / шагали рядом с жизнью // Вот как-то мы выросли в такое время / заложЕн у нас этот фундамент // Надо по-ленински / по-сталински // Это вот надо верить // Я флаг вывешивала всегда // Леня Морозов (сосед) вывешивал и я // Я это признаю до сих пор // Токо щас флаг низя / иначе тут палками расстреляют // А в душе-то мы все равно держим // Ну по-ленински мы ваще-то // <...> Людей-то конечно много пострадало / к этому надо очень жестоко относиться / такая была ежовщина // <...> так и называли в сталинские времена // Вот щас посмотрела «Московская сага» // Вот че творилось / это совместить очень трудно / очень трудно // Это политика в Кремле была / два лагеря / Берия и Сталин // Вот Берия щас со Сталиным ходит / это все ложь / что он беседует // Берия свою политику / он тихонечко свою политику ведет // Посмотри / арестовали сначала женичину Градову / а потом самого Градова // Как смотреть-то? Это очень тревожно / очень тревожно // Мы кричали «Ура» / мы верили / за Сталина / за Родину / а что творилось / это двояко // Ну а что победили мы в войну / это сталинская заслуга // Ну там много народу пострадало // И сам Сталин много жестоко делал // В тюрьму посадят сразу / 58-я // Люди сидят там в лагерях / какая тут несправедливость // Да / это очень опасно и трудно //*

В монологе рассказывается о судьбоносном этапе жизни носительницы просторечной культуры. Крупным событием, влияющим на ее мировоззренческие установки, становится вступление в партию: *все же это событие / вступить в партию / это большое событие*. Драматургический характер ряда тематически связанных событий, объединенных кульминационным центром, позволяет представить их в виде сценария. Пространственные рамки сценария включают последовательно меняющиеся бытовые и сакральные локусы: клуб Профинтерна, дом, квартира, партийная организация Ленинского района (райком партии), улица

*Куйбышева, Большакова, партийная трибуна, управление.* Временные рамки сценария обозначаются конкретно: 1969 год (*дело было давно / в 69-м*) — 1997 год (*Я ушла на пенсию; общий стаж у меня получается 28 лет*) и обобщенно: *Брежневское время*. Внутри можно выделить прямые и не прямые точечные темпоральные сигналы, эксплицирующие реальное и психологическое время: *када конференция кончилась; два года прошло; часу в пятом; ужин; первый месяц; часто; втянулася; побегала будь здоров*. В историческую ретроспекцию включаются сигналы ближайшей ретроспекции: *зас, седня, теперь*.

Главными субъектами сценария являются молодая работница диспетчерской фабрики быта *Вера Ивановна*, ее муж *Толя*, *секретарь партийной организации*. Субъекты второго плана: *стажер Кротова Любовь Иванна; (партийная) комиссия*.

Экспозиция сценария — первая встреча главных субъектов. *Секретарь партийной организации* выступает в роли культуртрегера, агитатора, проводника коммунистической культуры. Партия и власть в сознании коммуникантки отождествляются. Ср.: *меня хотят принять во власть*. **В. И.** предстает как комсомолка: *Я была активная комсомолка; Я комсомолка была / «Ура» / «Вперед»; Я вот люблю общество / вот люблю общество; язык-то у меня подвешенный*. Формульные характеристики *активная комсомолка, подвешенный язык, лозунги-призывы «Ура», «Вперед»,* моделирующие ее поведение, актуализируют идеологические смыслы ‘с рвением выполняю комсомольские поручения’, ‘принимая активное участие в общественной жизни фабрики и организации культурного досуга молодежи’, ‘умею говорить на любые темы, в том числе и общественно-политические’.

Драматический момент экспозиции — предложение вступить в партию (*Вот мы со всех сторон посмотрели на вас / вроде вы подходящий кандидат в члены КПСС*) — воспринимается коммуниканткой как знаковый: *Раньше это было достижение / что секретарь как бы агитирует*. Сигналы коммуникативного напряжения, включенные в речевую ткань всего текста, передаются с помощью глаголов психофизиологического состояния *оробеть, покраснеть, испугаться, волноваться, заплакать, лихорадить, пересохнуть (во рту)*. Они фиксируют точки эмоционального напряжения субъекта.

Завершает экспозицию семейный совет, на котором решается вопрос: *быть мот [может] так можно прожить / без КПССа*. Конфликт культурных установок разрешается в пользу новой культурной установки: *зас-то как на жись надо смотреть / коли продвигают / шагай вне-*

*ред / не бойся*. По мнению культурологов, в воспитании человека новой эпохи важную роль сыграла политика «культурности», которую можно рассматривать как «способ перевода идеологии в повседневность». Те, кто не овладевал новым кодом как символическим капиталом, «оказывался привязанным к месту», «оставался в социальном и физическом пространстве», не поднимаясь «с нижних ступенек социальной иерархии» [Круглова 2005: 92]. О функциональной характеристике «культурности» пишет Н. Н. Козлова: «Это ... способ презентации завоеванных позиций, тип кодирования связей между людьми через приобретения, самообраз достойного человека» [Козлова 1996: 127]. Культурное чутье коммуникантки — важный фактор, способствующий новой инициации.

Таким образом, внутренняя установка, принятие «своим кругом» новой роли коммунистки являются решающими для оформления завязки сценария. Объявление решения о вступлении в партию уменьшает коммуникативную дистанцию между главными субъектами, снимает напряжение: *Он меня по плечу похлопал / к щеке своей прижал*.

Кульминационный момент культурного сценария (вступление в партию и вручение партийного билета) предстает как живая ретроспекция. Он воспроизводит, по сути, сценарий в сценарии — ритуал приема в партию. Участники выполняют ритуализованные действия: субъекты-символы политической власти задают вопросы (*про политику; как с Америкой дела; кто были родители; не были ли за границей; не были ли кулаки*) — субъект-кандидат отвечает на них. Положительный коммуникативный результат взаимодействия маркируется речевыми и поведенческими формулами: *Отрапортовала на сто процентов; похлопали; пожали рукопожатие; вручили билет*. Граница кульминации обозначена осознанием новой роли: *Батюшки / куда же я это попала / зачем я согласилась*.

С этого момента начинается новый жизненный этап коммуникантки. Появляется круг новых коммуникативных обязанностей (*У меня улица Куйбышева была и Большакова; у кого колосник полетел / у кого труба задымилась // Ой побегала*), расширяется ролевой репертуар: *вела я председательскую работу*. Идеологическое сознание **В. И.** со временем пропитывается, обрабатывается, шлифуется идеями и мифами, рожденными советской системой. Например, миф о единстве народа и коммунистической партии (*мы — КПСС*), идея срастания личного и общественного (*я — мы*) поддерживаются указанием на идеологическую норму: *надо [жить и работать] по-ленински / по-сталински*, т. е. «как определяли и

учили Ленин и Сталин». Это идеологическое предписание задает нормы общественно-политического поведения носителя коммунистического сознания: верить в идеи марксизма-ленинизма (...мы верили / мы всегда кричали «Ура» //; Вот как-то так мы выросли в такое время / заложЕн у нас этот фундамент //; Это вот надо верить //); отстаивать эти идеи, проявляя ответственность, бдительность и стойкость, отточенность политического сознания (Мне дали мандат испытательный / ну и я / как грится / выдержала //; Стажировали будь здоров //; Это очень ответственно //; И вот я всю эту ответственность / всю эту нагрузку оправдала //); проявлять активную гражданскую и жизненную позицию (Шагали вперед / в ногу / шагали рядом с жизнью //); трудиться, принимая посильное участие в строительстве нового общества (работала честно и с почетом //; работала честно / без всяких замечаний //); выполнять партийные поручения (Ой побегала / будь здоров //); выступать публично (вела я председательскую работу; Попробуй-ка / за трибуну встанешь / да че-нить соврешь); прибегая к идеологическим атрибутам-символам революционных идей и побед, демонстрировать социальную идентичность (Я флаг вывешивала всегда // Леня Морозов (сосед) вывешивал и я //; песни пели конечно мы наших революционных лет).

Созидание социалистических ценностей понимается **В. И.** как ее нравственная задача. Это подтверждает частотность этических имен и предикатов, сопутствующих повествованию о трудовых делах: *ответственность* (большая); *ответственно*; (*работала*) *честно*; (*работала*) *с почетом*; (*попробуй-ка* / *че-нить*) *соврешь*; (*оправдать*) *нагрузку*, здесь — *оправдать доверие партии*. Таким образом, этические концепты *ответственность*, *честность*, *трудолюбие*, *доверие*, *правда* пропитываются идеологическими смыслами.

Можно говорить и о состоянии политического сознания **В. И.** Она, как и многие носители просторечия-1, остается приверженной ментальным образцам советского времени, упрямо отстаивает свою партийность: *Я это признаю до сих пор; А в душе-то мы все равно держим // Ну поленински мы ваще-то //; У меня и седни партбилет / а обийий стаж у меня получается 28 лет*. Новая российская действительность оценивается с советских позиций: *щас все стоптали под ногами / все перемололи / перевернули и черте че / ниче не существует*. Характеризующие перестроечное время предикаты *перемолоть*, *перевернуть*, *стоптать* (*под ногами*) употребляются в переносном значении «привести в полный беспорядок», «уничтожить существующее». Они призваны показать переоценку ценностей прошлой жизни.



Оценочно организованные, поляризованные ряды сквозной темпоральной оппозиции *раньше — теперь* эксплицируют неприятие коммуниканткой политического поведения новых «слуг народа» (*Попробуй-ка / за трибуну встанешь / да че-нить соврешь / тут глаза выцарапают // Это очень ответственно // Раньше ить это знаешь / это седни депутаты наши стоят / шило на мыло // А тада это строго было / попробуй-ка не выполни че-нить //*); пустоты и бессодержательности новой культуры (*песни пели конечно мы наших ревлюционных лет / не такие какие-нить трень-брень / а все это по существу / по жизни //*); агрессии к ценностям-символам коммунистической идеологии и людям — носителям этой идеологии (*Я флаг вывешивала всегда // <...> Токо щас флаг низя / иначе тут палками расстреляют //*).

Продленное прошлое делает финал сценария открытым: *У меня и седня партбилет.*

Вместе с тем приобщение к каналам общекультурной информации (электронные и печатные СМИ), политическая гласность как завоевание демократического общества позволяют носителям коммунистической идеологии воспринимать ценности советского времени, исторических деятелей с этически заданных позиций — сквозь призму оппозиции *правда — ложь: это все ложь; какая тут несправедливость; И сам Сталин много жестоко делал; Мы кричали «Ура» / мы верили / за Сталина / за Родину / а что творилося / это двояко //*; *это очень опасно и трудно.*

Итак, можно утверждать, что ценности советской культуры органично вошли в систему ценностей и образ жизни носителей просторечной культуры, живущих на «рубеже культур», стали для них культурологическими опорами. Маркеры советской идентичности позволяют говорить об укорененности в их сознании представлений и установок, заложенных господствовавшей в течение целого ряда десятилетий идеологической системой. *Свое, наше* (советское) в целом отстаивается как лучшее, как воплощение социальной справедливости и духовности, находит оправдание; *иное, не свое* не всегда понимается, часто не принимается и в ряде случаев получает негативную оценку, рассматривается как воплощение антиценностей — несправедливости, бездуховности, жестокости.

## Советские имена улиц в современном городе

Т. В. Шмелёва

Прежде всего стоит сказать о том, почему имена улиц — если прибегнуть к принятой в ономастике терминологии, *годонимы* [Подольская 1988: 52]\*, — оказываются в кругу тех явлений, которые следует рассмотреть в контексте советской культуры и ее современного восприятия и бытования. Дело в том, что советская власть решительно и радикально изменила эту часть городского ономастикона, и сегодня мы имеем дело с последствиями этого, т. е. фактически с частью советского наследия, которая хранится в городской среде, множестве документов и памяти современников. Переименования улиц в 1920–1930 годах прошли во всех городах, они носили тотальный характер. Чтобы понять их суть, надо напомнить, что собой представляла годонимия дореволюционного русского города.

Исторически русская городская годонимия сложилась как система принципиально **семантическая**: имена улиц в своей совокупности были своеобразным путеводителем по городу, информируя о его ландшафте, основных сооружениях, жителях и их занятиях, соседних городах и весях.

---

\* Кажется, что термин можно использовать несколько шире, чем предлагается в указанном словаре, не противопоставляя наименования улиц и площадей, для которых там дается особый термин агороним, ведь площади не обнаруживают специфических принципов номинации или особого репертуара названий. Нет оснований сомневаться в том, что традиции именования улиц, площадей, а также проспектов, проездов, бульваров и переулков весьма близки; и хотя распределение линейных объектов городского пространства по этим категориям представляет определенный интерес, однако для изучения проблемы в заявленном аспекте их различие несущественно, что делает достаточным использование одного термина. Отметим, что городская годонимия — излюбленный объект изучения историков и краеведов.

Это хорошо видно на примере московской топонимии XVII века, в которой имена улиц ориентируют относительно монастырей и церквей (*Благовещенская, Ильинская, Сретенка*), информируют о жителях и о том, что они делают (*Оптекарский, Колачная, Конюшенная, Певчая*), обозначают направления от Москвы (*Серпуховская, Тверская*) [Кусов 1985]. Не менее красноречива картина годонимии Новгорода: *Пробойные* улицы пересекали (пробивали) основные, перпендикулярные по отношению к Волхову; *Прусская, Чудинцева* сообщают об этнической принадлежности жителей; *Оловянка, Лубянка, Щитная, Конюхова* говорят о занятиях «уличан»; *Лукина, Михайлова, Павлова* ориентировали относительно церквей и монастырей [Гордиенко 2007]. Предположение о том, что примерно так же обстояло дело и в других городах, не кажется большим преувеличением.

Обратим внимание на грамматическую сторону вопроса. Как показывают даже немногочисленные приведенные примеры, грамматика годонимии сводилась к двум моделям: адъективной (*Благовещенская, Тверская*) и номинативной (*Сретенка, Оловянка, Лубянка*). Отметим, что в Новгороде среди адъективных годонимов множество притяжательных прилагательных с суффиксами *-ов, -ин* и *-j-*: *Михайлова, Ильина, Лукина, Людогоща улицы* [Васильев 2005]. Годонимы встречаются в документах разных эпох, что дает возможность составить представление об их грамматике и принципах использования в тексте; так, зафиксировано, что церковь Спаса Преображения расписывал Феофан Грек «*повелением благородного и боголюбивого боярина Василия Даниловича со уличаны Ильины улицы*» (летопись, цит. по: [Архитектурные памятники ... 1995: 32]).

Итак, в начале XX века в России сложилась городская годонимия, включающая имена географической, христианской, сословной семантики и производные от личных имен и фамилий\*. Ситуация резко меняется после октябрьских событий. В Москве в 1921–1922 годах было переименовано 447 улиц [Ефремов 1985]. В Ленинграде был издан специальный словарь, позволяющий соотносить старые и новые (часто — более старые) улицы, в предисловии к которому указывается, что на карте Петрограда 1917 года переименовано более 500 улиц [Городские имена ... 1990: 6]. В советском Свердловске 1990-х сохранилось всего шесть улиц с дореволюционными именами [Атманских 2006: 448]. Но дело даже не в количестве измененных имен — кардинально изменились принципы наименования, превратив ориентирующе-семантическую систему годонимии в **семиотическую** [Шмелева 1991а].

---

\* Соотношение этих типов урбанонимов проанализировано с использованием иной терминологии в работе: [Голомидова 2001].

Имена улиц становятся частью политического словаря эпохи, «кратким курсом» политграмоты, унифицируя города. При этом советские топонимы в основном представляли собой **демонстративы и меморативы** [Шмелева 1991a]. Первые предъявляли населению советских городов новые ценности — *Революция, Диктатура пролетариата, Республика, Новая Заря*. Назначение вторых — увековечивать имена вождей и героев революции, позднее войны. Поскольку списки достойных увековечения время от времени пересматривались, это вызывало потрясения и в годонимии.

Надо сказать, что меморативный принцип называния улиц настолько усвоен советскими людьми, что они до сих пор привержены ему и не сомневаются в обязанности улиц хранить имена достойных людей. Во многих городах обсуждается только одно — чьи именно фамилии должны стать именами улиц. Доказать, что это не входит в задачи топонимов, что у них есть другие, более значимые для горожанина функции, чаще всего не удается. Рассматриваю это как одно из последствий советской топонимии для культурного сознания жителей российских городов.

Второе последствие вижу в том, что демонстративы и меморативы оформлялись преимущественно формой родительного падежа — *Мира, Революции, Ленина, Горького*\*. Сегодня этот преобладающий при советской власти родительный видится (и слышится!) и там, где его нет и не может быть — это симптомы травмированности языкового сознания родительным падежом.

Эти две особенности языкового и культурного сознания советских людей — привычка к меморативности и «родительная» травма — проявились весьма ощутимо в 1990-е годы, когда топонимии пришлось пережить очередную волну переименований. Если не говорить о сторонниках сохранения советской топонимии (а их число было не так мало, как может сейчас показаться\*\*), то инициаторы переименования расходились в выборе достойных имен для замены. Полемика о переименовании, предложения для увековечения новых имен хранятся в подшивках газет того

---

\* Об этой модели урбанонимов см.: [Забелин 2007].

\*\* Как о невозможной говорится о перспективе переименования улиц в статье [Атманских 2006], первоначально опубликованной в 1990 г. Мне также казалась сомнительной задача вновь «отречься от старого мира» путем переименований, что я и пыталась обосновать в газетных выступлениях (см., например: [Шмелева 1991b]), и не потому, что советская топонимия представлялась совершенной, а потому, что ономастика не должна быть ареной политических сражений. За освобождение топонимии от идеологии, а не за смену идеологических мотивов для названий улиц и других объектов приходится выступать и сейчас, ведь угроза поменять знаки и цвета не ушла из нашей жизни и газетной полемики.

времени. В Москве, Петербурге, Великом Новгороде, Костроме и других (но далеко не всех) российских городах прошли переименования улиц, целью которых было освобождение от советских названий. Сегодня — полтора десятилетия спустя — можно говорить о том, каковы социокультурные и языковые последствия этих перемен\*.

В результате таких перемен, охвативших, как было сказано, не все, но многие российские города, современная топонимия наряду с восстановленными дореволюционными и новыми названиями сохраняет фрагменты советской поры. Удельный вес этих элементов, их «конкуренция» с новыми именами в устной и письменной речи, отношение горожан к тем и другим — все это в каждом городе сложилось по-своему. И поэтому ситуация в каждом городе заслуживает специального исследования с разных позиций — исторических, культурологических и собственно лингвистических.

Здесь хотелось бы представить типологию отношений новых/старых и советских топонимов, которые сложились в городах за прошедшие с момента переименования полтора десятилетия.

Тип первый — **сохранение** советского топонима и его бесппроблемное существование в современной городской среде, как это имеет место не только в Красноярске, который не пережил постсоветских переименований, но и в Екатеринбурге, отказавшемся от имени *Свердловск*, но существующего с *улицей Свердлова* (дореволюционный *Арсеньевский проспект* [Атманских 2006: 452]) и всеми остальными советскими названиями.

Второй тип (противоположный) — **победа** над советским топонимом: советское имя улицы ликвидировано на адресных табличках и из документов городских властей, т. е. официально в современном городе не существует. Оно может сохраняться в памяти горожан старших поколений, ностальгически звучать в таких письменных текстах, как воспоминания, переписка, архивные документы.

Третий тип — назовем его **теневым** — похож на предыдущий тем, что официально переименование состоялось, и в документах и на адресных табличках фигурирует новое/старое название, но горожане в устной речи продолжают использовать советский топоним — привычный и, видимо, более приемлемый в языковом отношении. Советский топоним становится тeneвым, как при советской власти тeneвыми были дореволюционные названия (так, все связанные с филологическим факультетом до 1970-х годов говорили, что он — на *Моховой*, хотя официально адрес звучал как *проспект Маркса*).

---

\* О том, как обстоят дела с «самочувствием» переименованных городов на примере Екатеринбурга, см. интересную статью: [Вепрева 2006].

Четвертый тип, который можно назвать **дифференцированным существованием**, представлен в городах, где адресные таблички сообщают о двух улицах, при этом дореволюционные названия сопровождаются припиской *бывшая* или просто напечатаны шрифтом, который население воспринимает как «старинный». В документах и рекламе иногда сохраняются оба названия, но права официального — у советского годонима, однако его предшественник представлен в городской среде не тенью воспоминаний, а вполне явно. При этом в устной речи бытует привычное советское название.

Пятый тип — **компромиссный** — имеет место, когда советское и досоветское названия объединены в одно, оно фигурирует в документах и на адресных табличках; оба вместе составляют официальное наименование улицы.

Наконец, шестой тип отношений — **переосмысление**: советское название не меняется, но переосмысливается таким образом, что его «советскость» заглушается за счет актуализации иных смыслов.

Один тип отношений представлен только в тех городах, где переименований не было. Однако и в них можно видеть возвращение дореволюционных годонимов — в роли иных урбанонимов, например названий магазинов или кафе. Так, в Красноярске на *проспекте Мира* есть магазин, на вывеске которого красуется название *На Воскресенской*: не надо объяснять, что так, мягко, в городскую среду возвращено дореволюционное название улицы, которая вела к Воскресенскому храму (но успела, впрочем, побывать и *улицей Сталина*).

В городах, переживших переименования 1990-х, можно обнаружить разные типы отношений советских и новых имен улиц. Красноречивые данные такого рода дает городская среда Великого Новгорода, где в 1991 году было переименовано четыре десятка улиц.

Наиболее удачными — практически победившими советские годонимы — оказались адъективные годонимы *Большая Московская*, *Великая*, *Нутная*, *Прусская*, *Сенная*, *Предтеченская* и др. Их включение в самые разные контексты не вызывает трудностей. И хотя семантически эти имена прозрачны в разной степени\*, их грамматическая очевидность и топонимичность обеспечивают им функционирование в письменной и устной речи. На втором месте по удачности вхождения

---

\* Так, высказано предположение о происхождении годонима *Нутная* от шведского слова *ett nöt*, означающего «крупный рогатый скот» [Кохановский 2008: 80]. Это согласуется с информацией о том, что в древнерусском языке использовались слова *нут* и *нутник* «торговец скотом», а также о том, что «улица примыкала к древнему новгородскому торгу и, видимо, была прогонной для скота» [Строгова 1993: 30]

в современное языковое общение — а значит, представляя тот же тип отношений, — оказались субстантивные топонимы — *Рогатица*, *Оловянка*, *Газон*. Хотя в советском Новгороде таких имен улиц не было, их включение в высказывания не вызывает трудностей: *по Рогатице, на Оловянке, до Газона*. Конечно, нельзя не увидеть, что первые два имени более естественны для топонимии хотя бы потому, что это субстантивы женского рода. Образования с суффиксом *-к-* освоены русской городской топонимией давно, достаточно вспомнить московские улицы *Варварку* и *Остоженку*.

**Теневой** случай представляет советский топоним *Гагарина*, который никак не может победить возвращенное название *Фёдоровский ручей*. Объяснение, как кажется, на поверхности: возвращенное имя не соответствует топонимическому стандарту: двусловность и включение чуждого термина *ручей*. К тому же громоздкость толкает на неизменяемость топонима (*на улице Фёдоровский ручей*), что для устной городской речи не характерно: *Гагарина* хоть тоже не склоняется, но одно слово. Также в тени, но бытует топоним *Горького*, хотя его сменили два топонима — *Газон* и *Розважа*; оба, как кажется, отличаются непонятностью и нетопонимичностью.

Уникальность Великого Новгорода в том, что в нем представлен редкий (неизвестный мне, во всяком случае) тип **компромиссных** наименований, например улица *Мусы Джалиля—Духовская*: первая часть названия — литературный псевдоним известного татарского поэта, военкора газеты «Отвага» печально известной 2-й Ударной армии, погибшего в Маобитской тюрьме, посмертно ставшего Героем Советского Союза и лауреатом Ленинской премии; вторая напоминает о Духовом монастыре, располагавшемся на этом месте, несколько сооружений которого находятся здесь и сейчас. Таких названий в городе 10, их обсуждают на лингвистических конференциях [Петрова 2001; Шмелева 2001] и в городской прессе [Хлебников 2004], но факт остается фактом: на одной адресной табличке соединены (иногда с помощью тире, иногда без всяких знаков) два несовместимых имени — ни по своей исторической природе, ни по грамматике. Понятно, что такой компромисс не примиряет разные исторические реальности, а консервирует советский топоним как единственный в такой ситуации пригодный к употреблению.

Второй вариант последствий такого идеологического и номинативного компромисса — появление искаженных топонимов, формируемых в устной речи горожан, не способной переварить чиновничьи креатуры. Так, в преддверии 60-летия Победы в Великой Отечественной войне

ветераны инициировали возвращение Софийской площади ее советского названия *площадь Победы*. Участвуя в заседании Топонимической комиссии, посвященной обсуждению этой инициативы, я могла наблюдать, насколько остро воспринимается, казалось бы, чисто языковая проблема. Несмотря на многочасовые дискуссии, решение было принято вновь компромиссное: теперь площадь носит наименование *Софийская—Победы*. Сегодня уже приходится слышать в устной речи сочетание *площадь Софийской Победы*, что остается интерпретировать как стихийное стремление придать связность бессвязному компромиссному названию.

Искаженные или неправильно используемые годонимы фиксируются в речи новгородцев — как устной, так и письменной — и в таких случаях, когда возвращенными оказались притяжательные прилагательные, склонять которые для наших современников — практически не решаемая задача\*.

Одни из них, с суффиксами *-ов/-ев* и *-ин/-ын*, воспринимаются как формы родительного падежа: *Чудинцева, Яковлева, Волосова, Михайлова; Лукина, Ильина, Редятина, Маницына*. Причина этого уже была названа — травмированность языкового сознания родительным падежом, который вытеснил из советской годонимии все другие модели и стал своеобразным годонимическим стандартом. К тому же новые годонимы стали буквально на место оформленных родительным падежом и, естественно, воспринимались как их преемники. Так, *Чудинцевой* стала улица *Толстого*, и параллельно висящие вывески «Толстого» и «Чудинцева» читались как две однотипные формы — родительного падежа. И вопрос «Кто такой Чудинцев и чем он лучше Толстого?» приходилось слышать неоднократно. Конечно, большинство людей, с которыми приходилось обсуждать эту трудность новгородской речи, понимают, что есть притяжательные прилагательные, и могут понять выражения *отцов дом* или *материны варежки*, но прецедентов с городскими именами вспомнить не могут, и говорить *на Чудинцевой улице* кажется им странным. В газетных статьях об этой проблеме приходилось ссылаться и на фразеологизмы типа *ноев ковчег* или *ахиллесова пята*, и на питерские топонимы *Марсово поле, Тучкова набережная* [Шмелева 2007а, 2007б].

Прецедентом в собственно новгородской речи может служить разве что название всемирно известной церкви *Спаса Преображения на Ильине*, но оно воспринимается как цельное наименование, а когда речь за-

---

\* О сложной судьбе этих прилагательных см.: [Шмелева 2008а]. По отношению к годонимам эта проблема существует и в Петербурге [Рыжков 2007].



ходит об *Ильине улице*, на которой и стоит храм, то все произносят ее *Ильина*, думая о каком-то герое Ильине. Между тем *Ильина улица* упоминается в летописи неоднократно начиная с 1311 года. Кто был Ильей, с которым, как оказалось, навсегда связана улица, не известно с достоверностью, есть некоторые предположения, но, что название улицы — притяжательное прилагательное, сомнений нет [Васильев 2005 : 361].

Другая группа притяжательных прилагательных представляет еще большую сложность для новгородцев — это топонимы *Розважа*, *Людогоща*, *Добрыня*, *Данславля*, *Бояна*. Дело в том, что так называемые йотовые прилагательные, известные современному языку только в полной форме типа *медвежий*, *лисий*, в своей первоначальной форме как притяжательные прилагательные просто не опознаются и воспринимаются как субстантивы неясной этимологии.

В подтверждение их неясности можно привести такой факт: в научно-популярной и даже методической литературе топоним *Розважа* толкуется как происходящий от глагола *развозить*: *На берегу Волхова находилась пристань, откуда грузы развозились по городу* [Сергеева 2000: 29; Зайцев, Кушнир 1980: 31]. Между тем в монографии [Васильев 2005] доказывается, что это городское название — притяжательное прилагательное от личного имени *Розвад*, известного и у западных славян (*Rozwad* у поляков), отражающееся в современной фамилии *Розвадовский* и ряде топонимов [Там же: 339]. Кем был Розвад, за которым числилась улица, исторические источники не сообщают, само же имя улицы упоминают начиная с XIV века.

Столь же экзотичны для современного человека личные имена *Людогост*, *Данслав*, *Боян*. Меньшую оторопь вызывает имя *Добрыня* (спасибо знанию былин), но представить, что эта же форма — омонимичное прилагательное, все-таки трудно. В результате в устной речи горожан, телевизионной и радиоречи, в разнообразных изданиях наблюдается ненормативное использование топонимов — как все того же родительного падежа, например: *Лихая музыка атаки. Она звучала в минувшее воскресенье на спортплощадке по улице Даньславля, где прошли соревнования по мини-футболу с участием команд центра «Подросток» и 22-й школы* (Новгород. 2006. 23 марта).

Этот уникальный случай приходится признать особым, не представленным в нашей типологии. Да ведь и немного в стране городов, располагающих большим числом средневековых названий улиц (кстати, можно отметить, что одна из них — *Славная* — признана самой древней улицей в России, в ознаменование чего ее украшает мемориальная доска).

Тип дифференцированного сосуществования годонимов разных эпох обнаруживаем в таких городах, как Елец или Череповец. В первом различие годонимов производится самым экономным образом — только за счет различий шрифта: ул. *ОРЛОВСКАЯ* // ул. *КОММУНАРОВ*.

Во втором дореволюционному годониму предшествует приписка мелким шрифтом *бывшая* — ул. *ЛЕНИНА* // *бывшая ВОСКРЕСЕНСКАЯ*.

Впечатляющий факт такого рода предъявляет городская среда Ярославля, где на стене одного из домов зафиксировано пять адресных табличек:

ул. *С. ЩЕДРИНА*

// *бывш. Б. РЫБИНСКАЯ*

// *бывш. УНИВЕРСИТЕТСКАЯ*

// *бывш. НИКИТСКАЯ*

// *бывш. БОГОЯВЛЕНСКАЯ*

(читаем сверху вниз — углубляясь в историю улицы). Кажется, такой способ представления годонимов в городской среде можно считать не только честным, но и поучительным: он показывает, как мы меняем вывески, симулируя изменение реальности.

Завершить иллюстрацию предложенной типологии может случай переосмысления названия улицы *Парижской коммуны* в Красноярске [Шмелева 20086]. Вывески небольших заведений на этой улице — *бутик БОН ТОН*, *салон красоты ПАРИЖАНКА*, *магазины SHARO BONE* и *ГАВРОШ НА ПАРИЖСКОЙ* создают парижский текст этой улицы, приглушая ее коммунаское звучание. Кстати сказать, такое новое прочтение годонима соответствует его теневому — устному — бытованию еще в советские времена. Привлекательным в таком случае переосмысления названия кажется его естественность: выбирая названия для своих заведений, их хозяева помнят, на какой улице эти заведения располагаются, и понимают, что в Париже происходили не только революции. Этот случай говорит о том, что годонимы — только часть городского текста, который связывает разные периоды его жизни (иногда это разные столетия, как в Великом Новгороде) и при этом изменяется каждый день, отражая жизненные и культурные перемены.

Таким образом, обратившись к советским годонимам в современном российском городе, мы увидели, что они находятся в различных отношениях со своими преемниками (и часто одновременно предшественниками), по-разному вошли в современный городской текст. В этом крохотном фрагменте советской культуры обнаруживаются важные черты советского наследия и отношения к нему, в котором можно увидеть

взаимоисключающие моменты: желание избавиться и забыть наряду со стремлением сохранить; несовместимость с текстом дореволюционного города и сосуществование с возвращенными топонимами (дифференцированное, официальное и теневое) в современной городской среде.

Советская топонимия образовалась в начале XX века как результат агрессивного и безжалостного вторжения в городской ономастикон, в культуру русского города и историческую память его жителей, а в конце этого же столетия с ней произошло нечто подобное, может быть, менее безжалостное и менее последовательное, но в не меньшей степени свидетельствующее о том, что топоним — факт городского быта — продолжает восприниматься как оружие и средство идеологических битв. И это можно считать главным, что характеризует советское наследие в современном городе.

О том, что оно не ушло в область воспоминаний и исторического исследования, говорят продолжающиеся дискуссии о переименовании улиц и станций метро, которые обычно номинативно связаны, и их отражение в прессе. Так, москвичи поднимают вопрос о переименовании метро Войковская: — *Этот вопрос не раз рассматривался на комиссии*, — говорит Татьяна Соколова. — *Но переименование связано с целым комплексом сопутствующих проблем. Ведь это название носит и район, и улица, и пять переулков... Там живут 4,5 тысячи человек, зарегистрировано 150 юридических адресов. Придется переделывать горы документации: менять паспорта, прописку — это огромные затраты времени, сил и, главное, — бюджетных средств. Понадобятся миллионы рублей!* [Парфенова 2008]. В Петербурге Городская топонимическая комиссия уже одобрила проект, согласно которому сменить вывески должны две станции метро. Как сообщили вчера члены комиссии, станцию «Дыбенко» решено называть «Веселый поселок», а «Проспект Большевиков» — «Оккервиль» [Шкуренок 2008]. Подобные дискуссии идут и на постсоветском пространстве, например в Харькове (<http://www.viche.org/to-print?mid=4555>), Севастополе (<http://www.realtors.com.ua/news/25032/>) и других городах.

Весьма симптоматична в этом отношении статья под названием «Красноармейскую переименуют в Белогвардейскую?» [Камышина, Логинов 2008], авторы которой, сообщая, «что в столичной Думе выразили готовность присвоить ряду улиц города имена Колчака, Врангеля, Деникина, Каппеля», приводят разные мнения по этому поводу и склоняются к большинству: «...делить улицы на “красные” и “белые” как-то не очень разумно». В том, что так думающих — большинство, есть надежда на то, что имена улиц начинают осмысляться вне идеологических стереотипов.

## Вербальные символы СССР в современной коммерческой номинации

*М. В. Голомидова*

Объясняя историческую динамику культуры, современная системная культурология исходит из принципа диалога, связующего смысловые континуумы в прошлом и настоящем опыте, при этом основные формы протекания диалога культур трактуются в терминах инверсии и медиации. Первая предполагает изменение содержания либо ценностной окраски базовых смысловых ориентиров на противоположную, вторая — синтезирование новых, промежуточных смыслов [Пелипенко, Яковенко 1998: 30–73]. Полем сложного взаимодействия, притяжения и отталкивания смысловых координат служит экзистенциально переживающее сознание культурного субъекта (индивида, группы, сообщества), в структуре которого обнаруживается и рационально осознающий интеллект, и глубинный пласт культурно-бессознательного, основанного на национальной и социальной памяти, сохраняющей скрытые объективные смыслы. Именно сфера культурно-бессознательного способна выступать «горнилом культурной динамики с ее циклическими деструкциями, инверсионными перекодировками, постоянным поиском медиативных форм и периодическим “раскультуриванием”» [Там же: 166 ].

Приведенная теоретическая посылка позволяет в самом общем, очищенном от деталей виде прояснить закономерный характер стихийного интереса к культуре советского прошлого, который в настоящее время отмечается и в социальной практике, и в области научной рефлексии. После периода активной критики, отвержения, расставания с социалистическим прошлым пришло взвешенное понимание того, что стереотипы, составляющие национальный опыт советского времени, в той или

иной степени сохранились в качестве матрицы сегодняшней политической, социальной, культурной жизни и, переплавляясь в текущем опыте, участвуют в тектонических процессах построения новой парадигмы общественного сознания. Специфика отражения этих процессов в языковой/речевой деятельности составляет одно из проблемных полей синхронической лингвокультурологии.

Предметом нашего внимания является вовлечение вербальных прецедентных знаков советского строя в современный коммерческий дискурс. «Движение» по-своему показательное, поскольку тесно связанный с массовой культурой и психологией потребления коммерческий дискурс чутко реагирует на всплески социальной конъюнктуры и появление актуальных вкусовых тенденций.

Мода на советскую предметную символику зародилась уже в начале перестроечного периода. Вспыхнувшая в первую очередь на Западе, позже она вместе с другими культурными веяниями была перенесена на отечественную почву, где коммерческая эксплуатация советской геральдики, образов вождей, атрибутики форменной одежды быстро превратила прецедентные культурные знаки в китч и своеобразный инструмент соц-арта.

Однако путь словесных символов СССР от надписей на бейсболках и майках к использованию в именовании коммерческих объектов оказался более протяженным. Энтузиазм вокруг предпринимательской деятельности в 80–90-х годах прошлого века сопровождался бурным именотворчеством с очевидно просматриваемыми тенденциями к кардинальному изменению сложившегося в предыдущей традиции фонда номинативных моделей и вербализации новых именующих смыслов. Так, в соответствии с новыми мифологемами складывалась мода на имена, подчеркивающие возрождение особых дореволюционных ценностей вроде «крепкого купеческого слова» (ср. *«Колобов и сыновья»*), или названия, утверждающие *de facto* «европеизацию всей страны» (ср. *«Катюша-Тревел»*). Некогда обладавшие высоким звучанием названия-советизмы, производные, например, от таких лексем, как *октябрь* или *советский*, на фоне именных новообразований воспринимались как «совковые» и безнадежно устаревшие. Только глубокое размывание в общественном сознании прежних идеологических представлений позволило по прошествии времени словесным символам советского строя вернуться в коммерческую номинацию.

Коммерческая номинация — термин относительно молодой, появившийся вместе с необходимостью специального описания процессов и результатов именующей активности, подчиненной задачам маркетинговой

коммуникации. Коммерческая номинация (или нейминг) подразумевает целенаправленное изобретение названий для деловых объединений, предприятий и организаций, преследующих коммерческие цели, а также для товаров (продукции, услуг), продвигаемых на рынке. Применительно к результатам номинативной деятельности используются синонимичные обозначения «коммерческие названия», «коммерческие имена»\*. В связи с рассмотрением их в модусе единой цели коммерческой коммуникации — продвижением товара к потребителю — снимаются различия между отдельными тематическими группами лексики и под обобщающий термин недифференцированно подводятся единицы нескольких рядов, в том числе: 1) эргонимы (названия деловых объединений людей, предприятий, организаций); 2) гемеонимы (названия средств массовой информации); 3) геортонимы (названия мероприятий: концертов, вечеров, конкурсов); 4) прагматонимы (словесные товарные знаки) и др. [Романова 2008: 6].

Коммерческие имена органично включают в свой прагматический потенциал имиджевую, рекламную функцию. Реализуемая с помощью внутренней формы названия, особенностей его структурной и звуковой организации, она выполняет те же задачи, что и рекламный текст, — привлечь внимание потребителя, задать нужный ракурс восприятия объекта, актуализировать в сознании адресата определенные ассоциации, вызвать позитивные реакции. Позитивное восприятие — путь к сердцу покупателя, поэтому коммерческие названия обязаны нести в себе рациональные и эмоциональные ценности, понятные и близкие целевой аудитории.

Какие эмоционально-смысловые мотивы актуализируются в случае использования советизмов в современной коммерческой номинации и какую семантическую модификацию претерпевают прецедентные знаки в коммерческом дискурсе — вот вопросы, которые будут интересовать нас при рассмотрении темы.

Методика проведения анализа именных знаков требует предварительного комментария. Будучи предельно рационализированной деятельностью, нейминг не ограничивается собственно креативной разработкой именования, он сопровождается рядом процедур, призванных обеспечить эффективность его дальнейшей работы, направленной на позиционирование объекта на рынке. Не углубляясь в подробности их перечисления, отметим две, наиболее значимые для установления объяснительной оптики: во-первых, оценку способности имени использоваться в составе

---

\* В сходном значении применяются также иные термины — «рекламные имена» [Крюкова 2004], «фирменные наименования» [Борисов 2003].

товарного знака, слогана, фирменного стиля, легенды; во-вторых, составление сценариев возможного развития и одновременно усиления смыслового «заряда» наименования в текстах вербального и невербального свойства. Отсюда следует необходимость привлечения к исследованию мотивов коммерческой номинации широкого интерпретационного контекста — поддерживающих название рекламных и PR-текстов, а также предметных изобразительных, графических, цветовых и прочих кодов, используемых параллельно в означивании фрагмента реальности.

Коммерческое имя, включенное в полисемиотический контекст, приобретает свойство свернутого сценария ко всей ситуации обозначения: оно «собирает» информационные компоненты и способно в процессе восприятия выстраивать их в семантическую цепочку в виде комплекса ассоциаций, представлений, конструирующих имидж реалии и вызывающих нужный эмоциональный отклик. Вектор развертывания в этом случае будет направляться функцией объекта — его прямым назначением в связи с интересами адресата.

Таким образом, учитывая функции номинированных объектов, с одной стороны, и способы их представления в названиях и в синкретических контекстах, с другой — можно вывести перечень ведущих тем, или мотивов, номинации.

### **1. Мотив надежности, незыблемости деловой репутации объекта**

Надежность служит важной характеристикой объекта в глазах потребителя и работает как психологический стимул доверительного к нему отношения. Основанием для такой оценки могут быть качество предлагаемого товара, и уровень корпоративной культуры коллектива, и время пребывания компании на рынке. По поводу последнего фактора в связи с советизмами в коммерческом дискурсе следует сделать некоторые оговорки.

Нельзя обойти вниманием то обстоятельство, что, несмотря на обилие заимствований и широкий поток новых по семантике и структуре коммерческих названий, в качестве своеобразных трансляторов прежнего номинативного опыта продолжают функционировать отдельные символические имена промышленных гигантов советского времени. Крупные заводы и фабрики — *«Серп и молот»*, *«Красный Октябрь»*, *«Большевичка»*, *«Ударница»*, — превратившись в концерны и холдинги, не утратили своих именных брендов. В контуре современной культуры бытование этих эргонимов уже не поддерживается политическими аллюзиями, но факт сохранения марки на фоне многочисленных пере- и новоименова-

ний сам по себе стал знаком, который указывает на незыблемость деловой репутации предприятий.

На тех же смысловых основаниях оставлены без изменения имена крупных органов печати, работающих в условиях рыночной экономики, — «Правда», «Труд», «Комсомольская правда». Приведем в подтверждение комментарий от редакции «Комсомолки»: *В смутные 90-е годы многие газеты меняли свои имена. Чтобы казаться более продвинутыми, отказались от своих названий «Социалистическая индустрия», «Советская культура», «Строительная газета» и ряд других изданий. Споры о смене имени шли и в нашей газете. Звонили возмущенные читатели: «Да какие вы уже комсомольцы!» Но когда меняют название, газета умирает. Мы сохранили свое имя и выжили.* Итак, стабильность, проверенная временем, — таков смысл, который несут в себе советские бренды, выведенные из семантического поля коммунистической идеологии и пропаганды.

В свою очередь, специалисты по неймингу учатывают привычку многих россиян воспринимать пафосные советские названия как маркеры надежных хозяйствующих субъектов и, создавая внешне подобные обозначения, добиваются нужного эффекта доверия. Так, названия торговых компаний «Союзконтракт» и «Октябрь» построены именно на подражании государственным советским именам. В реальном мотивировочном контексте *октябрь* никоим образом не связан с Октябрьской революцией, а *союз* — с Советским Союзом. Не имеют никакого действительного отношения к прежним или нынешним государственным структурам и сами фирмы. Однако формальное сходство обозначений с прежними, доперестроечными, создает впечатление подконтрольной и стабильной деятельности. «Мы торгуем автомобилями российского производства, и для нас важно было привлечь консервативно настроенных покупателей, — объясняют свой выбор специалисты рекламного отдела концерна «Октябрь». — Такие имена хорошо действуют на людей старой закваски, им кажется, что сотрудники компании просто не могут быть легкомысленными или безответственными».

Номинативное подражание прежним государственным именам можно трактовать как прием псевдоофициальности, номинативную уловку, которая рассчитана на покупателей за сорок, доверяющих традициям отечественного производства. При идеальном позитивном «прочтении» имени работа предприятия ассоциируется с надежностью, социальной ответственностью и отсутствием авантюризма; товар — с тем, что сделано крепко, без претензий на роскошь и технические излишества, но с соблюдением минимальных стандартов.



## 2. Мотив ностальгии, теплых воспоминаний о советской части в личной биографии

Номинация в стиле ретро с потенциальной актуализацией ностальгических мотивов просматривается в частом использовании государственного имени СССР в названиях клубов, кафе, ресторанов — «СССР», «СССР СОВНАРПИТ», «Рожденные в СССР», «Vodka Bar — СССР», «USSR», «Back in USSR» и т. д. Нельзя не отметить рациональный выбор самих объектов номинирования: размещение аббревиатуры СССР, например, на вывеске отечественного магазина неизбежно спровоцировало бы отрицательную оценку из-за устойчивых ассоциаций с советской торговлей с узким ассортиментом товаров и не всегда качественной продукцией. Зато в роли названия досугового заведения, где люди собираются вместе для приятного проведения времени, имя способно вызывать к жизни иные смыслы: они связаны с концептами содружества, социальной защищенности и равенства. Рекламные девизы к названиям стремятся создать соответствующий эмоционально-смысловой фон: «Back in USSA» — *Вспомним старые добрые времена!*; Кафе «СССР» — *Остро-вок тишины и безопасности от повседневных тревог.*

Создается не без доли юмора некоторая иллюзия утраченного рая — времени, когда не действовали разобщающие людей жесткие законы рыночной конкуренции, а межличностные отношения отличались большей степенью доверительности и теплоты. Ср.: Ресторан «СССР» — *это обаяние, тепло, сердечность; Приглашаем в романтическую прогулку по времени.*

Впрочем, для людей осторожных в отношении реанимации политических отголосков прошлого к названиям нередко прилагается дополнительная расшифровка: «СССР» — *Самый Современный Свердловский Ресторан* (Екатеринбург) или «СССР» — *Современный Социальный Студенческий Ресторан* (Российский государственный социальный университет, Москва), «СССР» — *Самый Современный Стильный Ресторан* (Ашод, Израиль).



Ностальгические мотивы намеренно актуализируются с помощью предметного кода в дизайнерских решениях, подсказку предлагают также реклама и PR-тексты, поддерживающие нужный ракурс восприятия. См. пример такого имиджевого сочинения: *Для одного поколения интерьер клуба — это воспоминания о бурной и прекрасной молодости во времена*

Леонида Ильича Брежнева и Никиты Сергеевича Хрущева. Для персонажей помоложе — детские впечатления, переживания примерно того же периода. Итак, с одной стороны, интерьер ресторана «Петрович» — это трепетно расставленные по закуткам клуба «Спидолы», пылесосы «Ракета» и старые санки, разложенные книги детства и электробритвы «Харьков», развешенные вырезки про внедрение колхозниками кукурузы и встречу генсеком ЦК КПСС товарища Фиделя Кастро, рюмки толстого хрусталя из бабушкиного серванта и классические граненые стаканы для дорожущих коньяков и виски. Немаловажно то, что перечисленное обретается в «Петровиче» отнюдь не с целью издевки, так сказать, над проевшим ТВ все уши понятием «тоталитарного прошлого», а с любовью и уважением, если хотите, к самим себе. Ну и для чумы, конечно.

Хотя само название ресторана «Петрович» не имеет отношения к советизмам, в соотнесении с синкретичным контекстом оно приобретает особое наполнение. Производящая основа — вариант именования лица по отчеству, принятый в простонародной культуре, отсюда — потенциальный семантический вектор к образу «своего человека», понятного и достойного уважения (сродни Семену Семеновичу Горбункову из фильма Л. Гайдая «Бриллиантовая рука»). Форма имени — отчество, а значит, могут актуализироваться потенциальные смыслы ‘ближайшие родственные корни’, ‘кровная связь’. В результате условный персонаж, чьим именем автор идеи художник Андрей Бильжо назвал заведение, предстает как тот советский человек, частица которого есть в каждом, кто вырос в эту эпоху. Образ «героя времени» полностью лишен пафоса и проникнут теплотой и юмором. Вербально поддерживают такую трактовку надписи к включенным в интерьер деревянным бюстам — на них имена *Лужкова Юрия Петровича, Кобзона Иосифа Петровича, Пугачевой Аллы Петровны*.

Ретрономинация не без лукавства предлагает почувствовать «вкус эпохи» в названиях блюд «советской кухни», прописанных в меню концептуальных заведений, ср.: салаты «*Культурная революция*», десерты «*Октябренок*», «*Пионер*», «*Комсомолец*» (ресторан «Старый парк», Санкт-Петербург), икра с маслом «*Дефицит в СССР*», ассорти рыбное «*ЦК КПСС*», ассорти мясное «*По талонам*», салаты «*Варшавский договор*», «*Залп Авроры*», шейка, шпигованная овощами «*Колхоз миллионер*», ассорти овощное «*Дача 6 соток*», десерты «*Дружба народов*», «*Пионерская зорька*» (ресторан «Серп и Молот», Улан-Удэ), коктейли «*Терешкова*», «*Стыковка*» (ресторан «Пропаганда», Санкт-Петербург), салаты «*Тимуровский*», «*Пионерская зарница*» (кафе «СССР», Москва).

### 3. Мотив престижности, приобщения к кругу избранных

Мотив избранности реализуется прежде всего с помощью прецедентных имен и названий, связанных с деятельностью высоких партийных и административных органов.

В качестве иллюстрации можно привести название фешенебельного ночного клуба «*Дача № 1*» в подмосковном поселке Жуковка. Эргоним прозрачно напоминает об особом объекте кремлевского хозяйства — даче И. В. Сталина. Однако известная неприхотливость в быту и равнодушие легендарного генсека к вопросам личного комфорта в случае современного названия полностью игнорируется — на первый план выводится ассоциация с элитой общества, которая во все времена живет по особым правилам. В согласии с мотивом называния развивающий его рекламный текст усиленно эксплуатирует тему сливок общества: *Здесь неподалеку облюбовал себе дачу Сталин, а вместе с ним и многие его соратники. Рядом выросли дачные поселки деятелей Совмина и ЦК КПСС. Сегодняшняя Рублевка — это центр светской жизни столицы. Она изобилует модными бутиками, элитными автосалонами, изысканными ресторанами и роскошными салонами красоты. Здесь сформировался свой уклад жизни, свои традиции, свой круг, попасть в который так же сложно, как и в первую сотню «Форбс». Теперь окунуться в манящий мир ночной жизни можно не только в центре столицы, но и за городом, в поселке Жуковка.*

Престиж относится к наиболее действенным концептам российской рекламы. Его мишень — самолюбие человека и желание подчеркнуть свой экономический статус. Приведенный эргоним «*Дача № 1*» как нельзя лучше отвечает представлениям о финансовом ранжировании и заоблачных высях того образа жизни, который могут позволить себе очень богатые люди. Но для массового потребителя напоминание о престиже по-советски чаще ассоциируется не с экономическим благосостоянием, а с особыми привилегиями. Такие устойчивые воспоминания позволяют вне зависимости от ценового уровня заведения эксплуатировать мотив в названиях блюд, шуточно предлагающих приобщиться к благам, которые прежде были доступны лишь партийным функционерам, ср.: блюдо из мяса «*Обкомовский паек*», зразы «*СовМиновская*», солянка «*Исполкомовская*» (ресторан «Серп и Молот», Улан-Удэ), «*Свинина по-Брежневски*», «*Картофель по-Андроповски*» (ресторан «Старый парк», Санкт-Петербург).

#### 4. Мотив игрового поведения, погружения в условную, смоделированную ситуацию жизни социалистической культуры

4.1. Один из вариантов игрового переживания прошлого — назовем его художественно-идеологическим — направлен на восприятие искусства, рожденного в СССР. Подобное семантическое наполнение приобретает, например, название питерского бара-ресторана «*Пропаганда*». Как известно, советская пропаганда, последовательно распространяя идеи коммунизма и социалистического строя, осуществлялась через многочисленные коды и различные каналы передачи информации, в том числе и посредством произведений искусства (изобразительного, пластического, театрального, кинематографического, литературного и т. д.).

Название ресторана «*Пропаганда*» апеллирует к специальным культурным знаниям посетителя и служит ключом для дальнейшего игрового погружения в эстетику соц-арта, в которой выдержан интерьер заведения. Возможность оценить через личное восприятие воздействующую силу социалистического искусства — феномена, соединившего в себе идеологию и эстетику, — подчеркивает PR-комментарий: *Дизайнер С. Гусев увидел в периоде военного коммунизма и НЭПа особое очарование и решил создать такое заведение, которое понравилось бы Родченко и Маяковскому. Ресторан оформлен в соответствии с эстетикой 20-х годов, отвергающей буржуазность и помпезность. Грубо сколоченная мебель, самодельные абажуры, металлические конструкции — вот, что составляет интерьер этого уникального заведения. Стены ресторана украшают ставшие раритетными плакаты 20-х годов в стиле конструктивизма. Цветовое решение — это милитаристский зеленый и революционный красный.*



К адресату, осведомленному о жизни «в искусстве и вокруг него», апеллирует имя екатеринбургского рок-бара «*КГ&Б*». Аббревиатура расшифровывается в параллельном названии «*Клуб Гитаристов и Барабанистов*», но выбор производящего КГБ не случаен. Арт-концепция клуба основывается на ретроспективном путешествии в 70–80-е годы прошлого столетия, время рождения уральского рока, и на создании винтажной атмосферы вокруг выступлений современных рок-групп. Чтобы напомнить посетителям историю музыкальной жизни города, в интерьер включены артефакты Свердловского рок-клуба — фотографии и видеозаписи домашних рок-концертов. Придать же этому историческому экскурсу романтическую

окраску и долю драматизма помогает номинативное упоминание о неуспешном оке Комитета государственной безопасности.

КГБ выступает здесь скорее как мифологема, сродни сказочному Буке, которого никто не видел, но которого все боятся, не столько реальность, сколько повод для шутливой контрасты с рок-культурой. Не случайно идеолог клуба известный музыкант Владимир Шахрин, комментируя название в одном из интервью, к собственному туманному объяснению относительно «еще не известной до конца степени контроля органов государственной безопасности за альтернативными музыкантами», добавил простое и вполне понятное суждение: «В сокращенном варианте, по-моему, присутствует доля юмора и провокации. Да и вообще, концерт в “КГБ” или танцы в “КГБ” звучит увесисто».

В целом, если оставить в стороне ироническую составляющую номинации, можно говорить о том, что художественно-концептуальное обыгрывание советизмов придает названиям свойство ключа, с помощью которого направляется расшифровка соц-артовских кодов, использованных для создания стереоскопического образа объекта. Имя — часть художественного пространства, и потребителю предлагается через личное переживание его воздействующей силы приобщиться к определенной стилистической традиции и ощутить дыхание времени, отраженное в его художественных формах.

4.2. Иной вариант игровой номинативной трактовки — карнавализация, шутливый микс из прецедентных реалий советской политической жизни, помещенных в контекст нового досугового времяпрепровождения. Для демонстрации такого семантико-семиотического смешивания приведем название тематической клубной вечеринки «*Ленин, PARTY, комсомол*». Здесь *PARTY* одновременно и модное не транслитерированное обозначение досугового мероприятия, и английский эквивалент русского слова *партия*. Последнее, благодаря своему созвучию с англицизмом и аллюзии к прецедентному советскому лозунгу «*Ленин, партия, комсомол*», рельефно проступает в названии, придавая ему каламбурный характер.



В сходной манере выполнено номинативное решение названия для пивной вечеринки «*Главпиво 2 Апрельские тезисы*». Правила интерпретации знака, построенного как макароническая смесь, даются в рекламном тексте, он прозрачно очерчивает игровую модель самого события и дает подсказку к разгадыванию его именного обозначения:

*14. 04. 2008 Внеочередной пленум ЦК КПСС постановил о проведении ПролетКультМассового мероприятия среди рабочей молодежи, комсомольского актива и идейно настроенных товарищей. Общий сбор граждан в заводской столовой № 2 «Пивной Дайвер». При себе иметь партбилет, деньги со сберкнижки и коммунистический задор. Пиво отпускается только членам профсоюза.*

Название вечеринки, таким образом, предстает как своеобразный ребус, разгадать который помогает рекламное объявление, но оно интересно еще и по той причине, что в формировании смысла здесь вновь угадывается влияние все той же паронимической аттракции *party* — *партия*. Перечень трафаретных советских обозначений в анонсе эксплицирует повторяющуюся, сквозную семантему ‘люди, сплоченные общим мировоззрением’. Отсюда легко восстанавливается скрытая характеристика целевой аудитории — на *party* приглашаются единомышленники, убежденные члены «партии» любителей пива.

В духе игры со стереотипами предлагает окунуться в прошлое, не теряя нить настоящего, петербургский ресторан-паб «Ленин@жив». Provocационное в устной огласовке название («Ленин-собака-жив») в письменной форме строится по типу коллажа: в трафаретный советский лозунг сделана врезка главного графического символа современного интернет-общения. Он выполняет функцию сигнала для «своих» и, прежде всего, — для молодежи, для которой интернет стал привычным коммуникационным пространством. В итоге в конгломерате знаков формируется семантика интриги с шутливым намеком на возможность нескучного проведения досуга.

Атмосферу игры помогает поддерживать обустроенный в стиле соц-арта интерьер ресторана: *Старая добрая страна Советов с портретами вождя коммунизма воплотилась в реальность в красновато-бархатистых тонах зала ресторана. Повзрослевшие пионеры в роли официантов, портреты Ленина, книги с его трудами на полках... Широкий выбор пива из всех стран мира. Обширное интернациональное меню – «Пролетарии всех стран соединяйтесь!». Продвинутая модная молодежь. L&P рулят!*

Возвращаясь к конструкции названия «лозунг-историзм + интернет-символ», можно восстановить его рекламный посыл как обещание современного по духу и формам общения в театрализованных в духе революционного прошлого декорациях. Значимость переживания игры и театрализация представляются в этом случае исключительно важными для целевой аудитории, привычной к погружению в виртуальную ком-

пьютерную реальность. Знаки-стимулы во внутреннем пространстве намечают виртуальную рамку карнавального поведения и дают посетителю возможность эмоционально включиться в веселую буффонаду. Той же цели служат и способы передачи информации во внешнюю среду: ресторан организует забавные перформансы — представления, во время которых загримированный под Ленина исполнитель в окружении матросов-негров шествует по близлежащим улицам. «Оживший» вождь революции своим явлением подтверждает убедительность высказывания на вывеске. В свою очередь, название ресторана получает неожиданную, анимированную форму выражения.

Если говорить о когнитивном своеобразии карнавализации как приема для воплощения рекламного мотива, то оно, на наш взгляд, заключается в парадоксальной оптике представления мира. Заданная смесью разных культурных кодов, карнавализация предлагает воспринимающему субъекту примерить некую условную маску, которая устанавливает правила остранившегося отношения к реальности. Название служит своего рода пригласительным билетом на игру. К примеру, игру в социальные маски, в ходе которой, можно, развлекаясь, ощутить себя в роли того или иного персонажа прошедшего времени, будь то юный ленинец, комсомолец-активист, ударник социалистического труда или убежденный антисоветчик. Красноречивый пример тому дает ансамбль из имен, означающих внутренние зоны ресторации «ЦК, ресторан, караоке, *disco-бар*»: *На двух этажах разместились VIP-залы «Квартира диссидента», «КБ Королева», «Замок генсека» и самый респектабельный буржуазный кабинет «Остров свободы».*

Показательно, что для человека покупающего советская идеология и антисоветизм становятся равно удаленными феноменами. Сцепленные друг с другом мировоззрения канули с Лету, поэтому атрибутирующие их понятия, символы, герои, ранее разведенные по разным полюсам, в сегодняшнем восприятии легко трактуются как элементы единой культурной мозаики. Так, словно состыкованные пазлы, предстают оппозиционные определения в названиях залов питерского ресторана «Зов Ильича» — «Советский» и «Антисоветский». Оба подвергаются насмешливому истолкованию: *Интерьер ресторана поп-арт и соц-арт в одном флаконе: пионерские галстуки и скатерти под хохлому, в туалете — видеозаписи заседаний политбюро. Около 200 изображений Ленина. В ресторане два зала — «Советский» и «Антисоветский». В первом на стенах пионерские лозунги. В антисоветском зале зеркальный потолок, к которому вниз головой подвешены все те же бюсты Ленина.*

Общий для всего пространства шаржированный образ Ленина получает в результате амбивалентное наполнение и закрепляется в эргониме «Зов Ильича» в качестве единого символа для всей жестко бинарной картины мира, свойственной прошлой эпохе.

## **5. Мотив мироощущения, самоидентификации, соотношения себя с образом объекта**

Реклама активно предлагает человеку покупающему прочувствовать удовлетворение в роли счастливого обладателя товара и тем самым помогает преодолеть ощущение энтропии современного бытия. Через потребительскую корзину и сумму размещенных в ней товаров и услуг продуцируется иллюзия приобщения к ценностным ориентирам и социальным группам. Поэтому, давая ответ на вопрос «кто Я?» и вынося при этом за скобки семейный и профессиональный статус, субъект постиндустриального общества — эпохи отсутствия больших идеологий — склонен искать отождествление в совокупности своих покупательских возможностей и предпочтений: я — тот, кто имеет..., покупает..., носит..., живет в..., отдыхает в/на... и т. д. Нет необходимости специально комментировать этот способ переживания мира. Читающей публике его художественное отражение уже давно известно по текстам западной литературы (достаточно обратиться к романам К. Воннегута «Завтрак для чемпионов» или Д. Коупленда «Generaition Икс»).

Применительно к обсуждаемой теме нас в большей степени интересует исследовательская задача: могут ли включенные в коммерческую номинацию политические символы советского строя вне политики работать на пробуждение мировоззренческих откликов?

Оставим в стороне варианты ответов вроде «культурного сопротивления» или «примирения» и обратимся к еще одному рефлексу постмодернистской игры с кодами. В отличие от уже описанных случаев ретроосмысления советской биографии, речь пойдет об игре, цель которой не ретроспектива, а скорее перспектива, и преобразование высокого в профаническое направлено в ней на создание принципиально нового содержания. Названия адресуются молодежной аудитории, тем, чьи обрывочные представления о политической истории дополнены знанием трафаретных лозунгов и некоторых прецедентных текстов, почерпнутых из школьной программы. Для подобной аудитории игра с известными политическими символами в первую очередь просто игра, но она позволяет знаки прошлого интерпретировать применительно к своему ощущению мира.



Повод для размышлений дает использование имени В. И. Ленина в некоторых номинациях, связанных с индустрией молодежных развлечений и клубами интернет-общения. В нашем материале зафиксированы любопытные оценки, которые были даны посетителями екатеринбургского ночного клуба «Ленин» его названию: *веселенькое название; прикольно; Ленин прикольный чувак; Ленин тоже был молодой; Ленин всегда поддерживал молодежь; Ленин всегда молодой; Ленин и Леннон рулят! Рок-н-ролл жив!*

Намечается тенденция к превращению в массовой молодежной культуре образа вождя мирового пролетариата в условный мифический персонаж. Его главные свойства — широкая известность, неоднозначная слава (ореол, которым окружаются и звезды современной поп-культуры), а также некоторый революционный, понимаемый как бунтарский (а значит, и молодежный), настрой. «Сегодня в России, — пишет журналист Ольга Семенова, — Ленин вне политики: кого-то он волнует как персонаж истории, кого-то — как художественный. Для подростков Ленин — что-то среднее между Че Геварой и Дедом Морозом» [Семенова 2004].

«Вечно молодой» Ленин свободно трансформируется в поп-символ. Начало тому было положено знаменитым певцом масс-культуры американским художником Энди Уорхолом, который в 1986 году дополнил галерею своих творений — поп-артовских изображений Мэрилин Монро, Элвиса Пресли, Микки Мауса и Супермена — портретами председателя Мао и Ленина. Можно лишь констатировать, что современный отечественный китч с энтузиазмом осваивает эту тему.



Лишенный прежнего высокого пьедестала, образ преобразуется в одну из схематизированных фигур, которую можно интерпретировать как угодно — от привязки к жанрам анекдота и комикса до семантики абсурда. Приведем по этому поводу омонимичные названия: «Ленин» — *интернет-клуб любителей анекдотов, приколов, смешных афоризмов*; «Ленин» — *мобильный клуб: предлагаются программы, видео, книги для смартфонов, музыка*; «Ленин» — *клуб ценителей рок-музыки*. Фанаты считают необхо-

димым подчеркнуть, что клубы не имеют никакого прямого отношения к Ленину.

Прецедентные имена обладают высоким ассоциативным потенциалом [Лисоченко 2007: 24], но, попадая в гравитационное поле массовой культуры, они обедняются и превращаются в инструменты передачи усредненных представлений. Семантический шлейф, который тянет за собой деидеологизированный прецедентный знак, подвергается перестройке, и нежелательные ассоциации утапливаются, уступая место иным — тем, что способны вывести восприятие на уровень эмоционально-позитивной оценки потребителя.

Например, аббревиатура *КГБ*, теряя ассоциации с жестокостью, может приносить в коммерческие имена намек на модную брутальность. Заметим, что трактовка весьма популярна — под схожими обозначениями фигурируют бойцовский клуб женщин-гладиаторов, сеть пейнтбольных клубов в разных городах России, трофи-клубы. Но для того, чтобы придать названию «товарный вид» и снять возможность прямого соотнесения с Комитетом государственной безопасности, номинаторы, как правило, стремятся снабдить его параллельным развернутым обозначением: «*КГБ*» — *Клуб Городских Бродяг* (предлагаются услуги по организации особых экстремальных событий); «*КГБ*» — *Клуб Грандиозных Баталий* (предоставляет услуги по проведению пейнтбольных игр); «*КГБ*» — *Клуб Глобального Бездорожья* (специализируется на организации трофи-ралли).

Имя И. В. Сталина фигурирует в названиях ряда компаний, занятых реализацией металлопроката, — «*СТАЛ-ИН*», «*Сталь Ин*», «*Сталь. Инь*», «*Сталь-Ин*» — и придает легкую внутреннюю напряженность обозначениям. Но графика подсказывает нужный ракурс понимания и, разбивая целостный знак на семиотические осколки, позволяет в языковой игре сделать перестановку акцентов — перевести ассоциации с «тоталитаризма» на качества «прочности» и «жесткости» металлических конструкций.

Приемы привлечения прецедентных советизмов для обозначения коммерческих объектов сходятся в одном: желание поразить и развлечь адресата, обыгрывая в коммерческой номинации политические символы прошлого, неизбежно приносит долю провокации во многие номинативные решения. Степень ее остроты и, соответственно, резкости вызываемых реакций различна и способна колебаться от легкой иронической окраски до эпатажа, нарушающего любые нормы политкорректности. В последнем случае можно говорить о номинативной стилистике стеба, ерничанья, шутовства, ср.: «*ЛЕНИН В РАЗЛИВЕ*», пивной бар; «*Ленин@жив*», ресторан-бар; «*БУХАРИН*», ресторан (название отсылает к фами-

лии известного партийца и к просторечному *бухать* — «распивать спиртные напитки»).

Наблюдается определенная зависимость семантической перестройки политических символов: чем больше был втянут прецедентный знак в круг мифологем советского времени, тем более открыто для разрушения его содержание в новой реальности. Сохраняется внешняя оболочка знака, но прежнее означаемое редуцируется, и удерживается лишь малая толика культурной информации как мостик для привнесения новой, замещающей семантики. Основанный на живых связях с ценностными координатами предшествующий опыт смыслообразования отходит в область культурно-бессознательного — в «запасники» музея социальной памяти.

Вербальные знаки СССР популярны, география их распространения достаточно широка и охватывает не только российскую территорию, но и зарубежные страны. Интерес к русской культуре здесь нередко трансформируется в китчевую игру со стереотипными представлениями о советской империи, ср.: *В модном лионском ресторане с именем «KGB» посетителей окружает набор образов-штампов: елки в кадрах, красные флаги, колючая проволока, официанты в солдатских шапках и белый медведь у барной стойки. Посетители в восторге от «типично русского обычая» — выпив, бить стаканы.*



Наибольшую концентрацию коммерческих названий, построенных на политических аллюзиях, обнаруживает городской текст Санкт-Петербурга. И это вполне объяснимо с точки зрения современной рыночной жизни: коммерческая раскрутка исторических реалий в биографии колыхали революции успешно служит брендированию территории и активизирует потребительский интерес как со стороны петербуржцев, так и со стороны российских и зарубежных туристов.

Подведем некоторые итоги:

1. На пути вовлечения вербальных символов СССР в коммерческую номинацию можно наметить по меньшей мере два этапа: первый шаг — утрата актуальной денотации и живых ассоциаций с установлениями идеологии и пропаганды; второй шаг — перевод знаков в контур представлений утилитарно-прагматических либо эстетических. Сохранение внешней оболочки при условии размывания прежней семантики знака позволяет легко насыщать его новым содержанием.

2. Коммерческий успех имен, построенных на символах советского времени, прямо пропорционален фактору широкой известности. Узнаваемость прецедентных знаков на Западе и в постсоветском пространстве заведомо обеспечивает таким наименованиям брендовый потенциал.

3. Эксплуатация советской символики в новых именах чаще всего осуществляется в рамках игровой номинативной стратегии, при этом игра с формой и смыслом, скользя по поверхности прежнего культурного опыта, неизменно переводит оптику восприятия с серьезного на забавное. В свою очередь, номинативная модальность, основанная на игровом допущении «как бы / будто бы», задает свободу истолкования имен и позволяет различным целевым аудиториям выбирать тот ракурс интерпретации, который наилучшим образом отвечает сложившимся пристрастиям.

## Эволюция лингвистической советологии

*Э. В. Будаев, А. П. Чудинов*

Выступая в Колумбийском университете 26 сентября 2003 года, президент России В. В. Путин призвал «упразднить советологию», поскольку «СССР уже нет, а советология до сих пор существует». Далее президент пояснил, что он имеет в виду такую науку, которая была чрезмерно политизирована и служила «инструментом, чтобы нанести друг другу как можно больше ударов, уколов и всяческого вреда» [Путин 2003]. Несмотря на то что рассматриваемое высказывание В. В. Путина воспринимается как шутовское, целесообразно еще раз обратиться к истории советологии, ее основным разделам и этапам развития. Это, с одной стороны, позволит лучше понять, от чего именно следует без сожаления отказаться, а с другой, даст возможность выделить то, что необходимо сохранять и совершенствовать.

Изучение лингвистической советологии помогает яснее представить, как воспринимается политическая система Советского Союза за рубежом, какие аспекты советской политической коммуникации вызывают максимальное неприятие. Одновременно изучение лингвистической советологии поможет отчетливее воспринимать общие закономерности политической коммуникации и специфику советской пропаганды и агитации, полнее оценивать выступления политических лидеров и используемые ими способы манипуляции общественным сознанием.

Как известно, иногда «взгляд со стороны», «внешний аудит» позволяет точнее зафиксировать проблемы и дать более объективные оценки. С другой стороны, видимо, настало время оценить и саму советологию, чтобы понять, насколько точен и объективен был этот «внешний аудит»

и в какой мере имеет смысл пользоваться его результатами. Очевидно, что свобода от советской цензуры далеко не всегда означает абсолютную творческую свободу и независимость от каких-либо проявлений идеологического контроля. Следует учитывать, что в самых разных странах политическая позиция, противоречащая государственной идеологии и политике, может негативно сказаться на профессиональной карьере ученого, затруднить получение им грантов, премий, наград и иных знаков материального и общественного признания, создать трудности для публикации результатов научных исследований и даже осложнить общение с коллегами и студентами. Атмосфера холодной войны, идеологические и культурные различия в значительной степени влияли и на развитие советологии, и на творческие судьбы самих советологов.

Несколько перефразируя мольеровского Журдена, можно сказать, что первые советологи не знали, что они занимаются именно советологией, а предполагали, что они пишут о русской революции и советском государстве, о революционном коммуникативном дискурсе. В зарубежной науке и публицистике термин «советология» (sovietology) получил широкое распространение в середине прошлого века для обозначения научного направления, посвященного изучению политики, экономики, культуры, науки и иных сторон жизни Советского Союза [Малиа 1997]. Оксфордский словарь отмечает его первое употребление 3 января 1958 года в лондонском еженедельнике «Observer». В академических кругах термин поначалу был воспринят достаточно осторожно. Как показывает специальный исторический обзор [Меньковский 2002], на рубеже 1950–1960-х годов американские основоположники изучения СССР все еще отвергали название «sovietology» и отдавали предпочтение более традиционным обозначениям: изучение российского региона, исследование Советского Союза, анализ теории и практики большевизма (коммунизма). Но постепенно отношение к рассматриваемому термину начинает изменяться. Уже в середине 1960-х годов А. Улам отмечал, что советология — ужасное слово, но как можно его не использовать?». К такой позиции был близок и С. Козн, которого «советология — незлегантное, но полезное слово» (цит. по: [Меньковский 2002]). Постепенно термин сделался общеупотребительным и перестал восприниматься как «ужасный» или «незлегантный» неологизм.

В зарубежной традиции рассматриваемый термин не имеет какой-либо оценочной коннотации, тогда как в Советском Союзе его обычно использовали (и часто до сих пор используют) с уничижительными определениями, как эмоционально окрашенное обозначение необъективного,

неквалифицированного и неискреннего подхода к описанию советской реальности.

В близком значении иногда использовался термин «кремлинология» (*kremlinology*), внутренняя форма которого подчеркивала повышенный интерес соответствующих специалистов к дискурсу советских лидеров, которые жили и работали в Кремле. Поэтому кремлинология нередко определяется как исследование дискурса высших советских (а теперь и российских) политических руководителей.

Вместе с тем следует отметить, что *советология* и *кремлинология* — это еще и обозначения соперничающих научных направлений. Классические советологи акцентировали эвристичность своих методов и достоверность прогнозов, тогда как кремлинологи подчеркивали, что их внимание к деталям приносит весьма существенные результаты. Например, советологи гарвардской и чикагской научных школ скептически относились к кремлинологам, сосредоточившим внимание на мельчайших изменениях в языке, поведении, образе жизни «хозяина Кремля» и его ближайшего окружения. Так, «гарвардцы» считали поспешными выводы кремлинолога М. Раша [Rush 1958], указывавшего на становление «культа Хрущева» на основании того, что в газете «Правда» за 1955 год привычную подпись «первый секретарь» вдруг написали с заглавных букв («Первый Секретарь»), а в речи Хрущева обнаружились «типичные словечки Сталина». Кремлинологи же любят вспоминать, как они, уделявшие пристальное внимание протокольности коммунистической элиты, обратили внимание на то, что как-то в Большом театре среди большевистских лидеров не оказалось Лаврентия Берии, и сделали вывод о его смещении. Скептики говорили о том, что, может быть, Берия не любит балета, но через несколько дней Берия был объявлен предателем [Bell 1958].

В вышедшем в постсоветский период исследовании этапов развития рассматриваемого научного направления М. Малиа представляет советологию как «академическую дисциплину, известную сначала под скромным определением “изучение региона”, а затем под более амбициозным и научно звучащим понятием “советология”» [Малиа 1997]. Несмотря на позднее «терминологическое оформление» рассматриваемых исследований под наименованием «советология», точкой отсчета для этого направления стало возникновение на политической карте мира Советской России и СССР, потому что первые советологические исследования появляются сразу после возникновения Советского государства.

По мере накопления материала и дифференциации научных интересов появились политическая, экономическая, социологическая, юридическая и иные виды советологии. Поэтому термин «советология» в настоящее время воспринимается как «зонтичный», как общее наименование целого ряда относительно автономных научных направлений.

В комплексе советологических направлений важное место занимает лингвистическая советология, предметом исследования которой служат языковая политика в СССР, особенности советского тоталитарного дискурса и дискурса диссидентов (языковое сопротивление, по терминологии А. Вежбицкой), специфика функционирования, взаимодействия и эволюции языков народов Советского Союза.

Важно подчеркнуть, что советологи активно занимаются двумя сферами политической коммуникации. Первая из них — это официальная политическая коммуникация в Советском Союзе (соответствующий ей вариант языка нередко определяют как советский новояз, бюрократический язык, тоталитарный язык, официоз, казенный язык, «деревянный» язык и др.). Использование этой формы коммуникации нередко воспринималось как своего рода способ проявления лояльности к властным структурам и в то же время как признак лингвистической и идеологической ограниченности, как показатель несоответствия западным представлениям об искренности, свободе и справедливости.

Вторая сфера постоянного внимания советологов — это коммуникативная практика диссидентов, эзопов язык и иные формы языкового сопротивления (при их характеристике используют термины: антитоталитарный язык, сокровенный язык, подпольный язык, антисоветский язык, лексика неравенства и др.). Использование такой формы коммуникации служило своего рода знаком несогласия с официальной идеологией, неприятия коммунистических ценностей и оппозиционности к существующей в СССР политической системе.

Многие специалисты отмечают, что существование подобной политической диглоссии — яркая отличительная черта тоталитарного дискурса. В связи с этим Анна Вежбицка пишет: «Официальный тоталитарный язык часто порождает свою противоположность — подпольный антитоталитарный язык. И хотя он тоже представляет собой чрезвычайно интересный для изучения объект, до сих пор ему уделялось мало внимания — значительно меньше, чем тоталитарному языку» [Вежбицка 1993: 107]. Необходимо добавить, что последнее замечание относится преимущественно к публикациям, принадлежащим к ранним этапам развития лингвистической советологии, тогда как в последние десятилетия сущест-



ования Советского Союза язык отечественных диссидентов постоянно привлекал внимание зарубежных исследователей.

Максимально полно названные сферы противопоставляются в книге А. и Т. Фесенко, в которой советский язык определяется как русский язык, испорченный коммунистами [Фесенко А., Фесенко Т. 1955]. Подобные взгляды характерны и для других эмигрантов из России. По мнению Джона Дана [Dunn 1995], соотношение между «обычным» и «политическим» языком в Советском Союзе во многом напоминает различия между русским и церковно-славянским в Великом княжестве Московском.

Об особенностях официального советского языка и языковом сопротивлении, о политической диглоссии в СССР пишут и многие другие зарубежные специалисты (Р. Андерсон, Д. Вайс, Дж. Данн, В. Заславский, И. Земцов, А. Инкелес, Б. Корми, Н. Лейтес, П. Серио, Д. Стоун, М. Фабрис и др.), но большинство лингвистов предпочитают говорить не об особом языке или даже субъязыке, а о вариантах языка, о лексике и фразеологии сопротивления, о лексике неравенства, об официозном и антиофициозном стиле и т. п.

Можно заметить, что симпатии абсолютного большинства западных специалистов были на стороне диссидентов: практически нет публикаций, в которых коммуникативная практика «сопротивляющихся» оценивалась бы негативно, хотя очевидно, что степень косноязычия мало зависит от политических воззрений.

При характеристике официальной советской коммуникации одни советологи подчеркнуто избегали каких-либо оценок, другие высказывались об этой форме коммуникации крайне негативно, причем отрицательное отношение к политическому режиму нередко едва ли не автоматически переносилось на оценку речевого мастерства соответствующих авторов. Между тем очевидно, что среди советских политиков и журналистов было немало по-настоящему талантливых людей, мастерски владеющих словом.

Вполне закономерно, что основное внимание советологи уделяли русскому языку как языку «межнационального общения», который никогда не признавался государственным, но реально был таковым все годы существования советской власти. Поэтому в настоящем исследовании рассматриваются только публикации, в которых говорится о политической коммуникации, осуществляемой на русском языке. Вместе с тем вполне возможно, что со временем будет подготовлено исследование политической коммуникации, которая осуществлялась на иных «советских» языках.

Исследование лингвистической советологии как направления зарубежной политической лингвистики и вместе с тем как раздела науки о русском языке полезно, во-первых, для более полного понимания общей истории советологии; во-вторых, в качестве важной части истории русского литературного языка; а в-третьих, в рамках общей теории коммуникативистики и изучения тоталитарного дискурса. Необходимость изучения связана также с тем, что восприятие Советского Союза и постсоветской России за рубежом много десятилетий основывалось преимущественно на публикациях советологов. Показательно, что многие американские и — в меньшей степени — западноевропейские советологи занимали важные государственные должности и оказывали конкретное влияние на взаимоотношения этих государств с Советским Союзом и Россией.

В соответствии со сложившейся традицией к числу советологических не относились исследования не только специалистов из Советского Союза, но и специалистов из стран, входивших в состав «социалистического лагеря». Западные ученые считали, что их восточные коллеги несвободны в своем научном творчестве, а поэтому исследования последних не могут восприниматься как объективные. Очевидно, что ученые из Болгарии, Венгрии, Восточной Германии, Польши, Румынии, Чехословакии, Югославии действительно работали в других условиях и многие их публикации в той или иной мере подвергались цензуре и самоцензуре (хотя в этих странах эпизодически публиковались и откровенно антисоветские работы). В настоящем обзоре данные исследования не рассматриваются, но это, разумеется, не означает их недооценки. Видимо, изучение истории «восточноевропейской советологии» может стать автономным направлением научных исследований.

Сложным является вопрос о том, целесообразно ли включать в состав советологических публикации эмигрантов из Советского Союза и других стран Варшавского договора (Р. Якобсон, А. Вежбицка, И. Земцов, А. Фесенко, Т. Фесенко и др.). Мы считаем целесообразным рассматривать подобные публикации в общем континууме советологии, хотя учитываем, что возможна и иная точка зрения, особенно если речь идет о зрелых специалистах, которые выросли в условиях социализма и по различным причинам оказались в западных странах. Здесь важно учитывать, что первоначально советология во многом формировалась эмигрантами. Они блестяще знали русский язык и владели «из первых рук» информацией, недоступной для западных ученых.

История лингвистической советологии еще ждет своего полного описания, а поэтому пока не выделены хотя бы основные этапы ее раз-

вития. Однако ясно, что при ее периодизации невозможно в полной мере опереться ни на политическую историю Советского Союза, ни на историческую стилистику русского языка (историю русского литературного языка советского периода), ни на историю политической советологии.

Важно иметь в виду, что распространенное мнение о возникновении советологии в середине XX века неверно в отношении лингвистической ее составляющей. Редкие энтузиасты (в основном из эмигрантов) брались за изучение политологических, экономических, социологических аспектов советской действительности, потому что получить достаточные для исследования данные было очень не просто: с 30-х годов чуть ли не единственным источником сведений об СССР была официальная советская пресса. То, что являлось препятствием для представителей общественных наук, несколько не мешало лингвистам и специалистам по коммуникации. Советский политический дискурс не только был доступен, но и активно «экспортировался» в виде международной коммунистической пропаганды, поэтому неудивительно, что уже в первые годы после Октябрьской революции за рубежом проводились и публиковались исследования, посвященные советскому политическому языку. Более того, было бы наивно полагать, что лингвистическая советология возникла в одночасье и на пустом месте. Российская революция 1917 года стала импульсом к становлению лингвистической советологии, но эта область исследований опиралась на то, что уже было наработано в рамках исследования России, академический интерес к которой оформился в Соединенных Штатах еще на рубеже XIX–XX веков, а в зарубежной Европе значительно раньше.

В нашем представлении [Будаев, Чудинов 2007, 2008а, 2008б], при рассмотрении истории лингвистической советологии целесообразно выделять четыре основных этапа ее развития, а также учитывать особое место постсоветологических и парасоветологических исследований.

Первый из них — этап становления — относится к периоду с 1918 года до конца Второй мировой войны. Особенности этого периода связаны с тем, что практически одновременно создавались и политическая лингвистика, и политическая советология, а левые идеи были весьма популярны в Северной Америке, Западной Европе и других регионах. В европейской политической лингвистике этого времени используются преимущественно общелингвистические методы и приемы исследования, тогда как на Американском континенте преобладают исследования, выполненные в рамках теории коммуникации.

Второй этап приходится на период холодной войны, когда идеологическое противостояние было максимально обостренным и многим казалось, что близится начало третьей мировой войны. Именно в эти годы многие западные советологи стремились найти общие черты в советском и фашистском политическом дискурсе, хотя советским специалистам кошунственной казалась уже сама попытка такого сопоставления. Вместе с тем именно на этом этапе советология полностью сформировалась как научное направление, в котором использовались самые современные для того времени научные методы (контент-анализ, квантитативная семантика, риторическое исследование текста, структурные методы, анкетирование и др.).

Третий этап совпадает со временем «разрядки» в отношениях между Советским Союзом и США, между странами Варшавского договора и НАТО. Угроза прямого военного столкновения отчасти миновала, но сохранялась острая идеологическая борьба, которая сопровождалась боевыми действиями во Вьетнаме, в Афганистане и иных регионах. В эти годы арсенал советологии пополняется новыми методами и приемами (критический анализ дискурса, когнитивные исследования, психолингвистический эксперимент, психоанализ, дискурсивные методики и др.)

Четвертый этап относится к периоду перестройки и демонтажа советской системы, когда политические разногласия обострились уже внутри Советской страны, а зарубежные консультанты все чаще начали выступать как эксперты по вопросам строительства новой политической системы в России. В эти годы активизируются сопоставительные исследования, начинается изучение роли концептуальных метафор в политическом дискурсе, постоянно обсуждаются новые политические термины (*перестройка, гласность, ускорение*) и особенности использования традиционных политических терминов (*правые, левые, демократизация, свобода* и др.), активно изучаются особенности индивидуальных стилей политических лидеров (особенно М. С. Горбачева).

Особую группу составляют исследования современного (с 1992 года) российского политического языка, которые, по-видимому, уже выходят за рамки советологии. В последние годы они нередко обозначаются зарубежными и отечественными специалистами как относящиеся к лингвистической «постсоветологии» (post-sovietology) [Будаев, Чудинов 2008б]. Возможно, этот термин воспринимается как не вполне удачный, но его внутренняя форма хорошо отражает направленность соответствующих исследований: исследуется дискурс, который, во-первых, установился

п о с л е советского, а во-вторых, сохранил многие *свойства советского* дискурса.

Можно предполагать, что лингвистическая постсоветология со временем, в результате последовательной утраты признаков советского дискурса, перерастет в исследование российской политической коммуникации, что может получить и терминологическое закрепление в виде термина (например, возможно обозначение «лингвополитическое русское введение»).

Еще одну группу составляют исследования, которые можно отнести к сфере *лингвистической парасоветологии*. Речь идет, в частности, о публикациях, которые были подготовлены в странах, идеологически близких Советскому Союзу, и испытали на себе значительное влияние коммунистической идеологии [Будаев, Чудинов 2008а]. Дело в том, что традиционно к числу «подлинных» советологов относили только специалистов, которые работали в западных (в другой терминологии — «свободных») странах и могли позволить себе критику советского дискурса. К сфере парасоветологии относятся и исследования, направленные на выявление специфики политической коммуникации в союзных республиках, которые позднее стали самостоятельными государствами. В эту же сферу входят работы, посвященные коммунистическому дискурсу за пределами СССР и тоталитарному дискурсу в целом.

В Советском Союзе долгие годы считалось, что вся советология основана на невежестве и клевете на социалистическое государство, а советологи — это малограмотные лжецы, клеветники и агенты вражеской разведки, изначально ненавидящие все русское и советское. Разумеется, среди советологов было немало людей недостаточно информированных, ослепленных ненавистью или сознательно зарабатывающих себе на жизнь заказными разоблачениями и «страшилками». Среди академических советологов действительно нередко встречались ушедшие в отставку сотрудники специальных служб или иных государственных структур. Можно предположить, что эти люди сохраняли те или иные связи со своими прежними работодателями.

Вместе с тем среди советологов были и талантливые ученые, которые, возможно, ошибались, но искренне стремились к объективности и смогли зафиксировать то, что оставалось скрытым для политически ангажированных авторов по обе стороны границы. Именно такие исследователи и заслуживают подлинной благодарности потомков. Следует, однако, подчеркнуть, что при обращении к публикациям западных специалистов практически всегда можно «вычислить» политическую

ангажированность авторов, которая нередко проявляется в непосредственных обвинениях, негативных оценках и использовании всего арсенала манипулятивных приемов. К счастью, среди советологов всегда были специалисты, которые любили или хотя бы уважали нашу страну и изучали советскую политическую коммуникацию с помощью объективных научных методов, используемых в современных гуманитарных науках.

Отметим также, что в США и иных западных странах некоторых советологов нередко подозревали в том, что они находятся под идеологическим влиянием коммунистической пропаганды и даже так или иначе связаны с советской разведкой и иными соответствующими организациями. Не секрет, что ученому в США (особенно в эпоху маккартизма) беспристрастно интересоваться СССР было настолько же небезопасно, насколько советскому исследователю проявлять непредвзятый интерес к Западу. С похожими проблемами сталкивались и западноевропейские ученые. Как отмечает Л. Франк, британские ученые, владевшие русским языком, боялись заниматься чрезвычайно политизированной советской проблематикой, предпочитая интересоваться темами, в которых они могли спокойно оставаться на почве научной объективности (например, размерами в ранней русской силлабо-тонической поэзии или немецкими переводами Антиоха Кантемира) [Frank 1965: 55]. Показательно, что одни и те же публикации нередко рассматривались на Западе как «зараженные бактериями коммунизма», а в Советском Союзе — как «грубые антисоветские пасквили».

Подозрения в симпатиях к Советскому Союзу могли негативно сказаться на академической карьере ученого и его материальном положении, поэтому не следует думать, что западные специалисты, изучавшие Советский Союз, всегда были абсолютно свободными, искренними и беспристрастными.

Если в Советском Союзе все советологи представлялись шарлатанами, то после распада СССР маятник сильно качнулся в другую сторону. Методологический плюрализм и возможность знакомиться с некогда недоступными исследованиями сыграли свою положительную роль, вместе с тем мнение советологов нередко стали рассматривать как истину в последней инстанции, хотя, по мнению самих советологов, их наука вступила в полосу самого сильного за всю свою историю кризиса.

Рассмотрим основные этапы становления и развития лингвистической советологии в Северной Америке и Западной Европе — основных регионах развития этого научного направления.

## 1. Становление лингвистической советологии

Советология возникла непосредственно после Октябрьской революции, которая мгновенно привлекла внимание всего мира, а поэтому в самых разных странах вскоре появилось множество публикаций о революционных событиях в России. Уже в 1918 году вышла книга Луизы Брайант «Шесть месяцев в красной России», а год спустя появилась книга Бесси Биттик «Красное сердце Петрограда»; в 1919 году вышла из печати книга Альберта Вильямса «Ленин. Человек и его дело», еще через несколько лет — его же «Путешествие в революцию. Россия в огне Гражданской войны. 1917–1918». По оценке советского специалиста Б. Гиленсона, «в этих книгах было немало верных и точных наблюдений, однако в них ощущалась известная импрессионичность манеры, чувствовалось, что их авторы поражены калейдоскопом сменяющихся событий, не всегда в состоянии точно уловить глубокие тенденции» [Гиленсон 1987: 334]. Публицистика этих авторов позднее активно использовалась в советологических исследованиях.

В Советском Союзе максимально высокую оценку и широкую известность получила книга американского публициста Джона Рида «Десять дней, которые потрясли мир» (первое американское издание — март 1919 года; впоследствии книга была переведена на десятки языков и переиздана в самых разных странах). По существу, Дж. Рид показал технологию захвата власти большевиками, и в основе этой технологии было вовсе не вооруженное восстание и штурм Зимнего дворца, а коммуникативные технологии — пропаганда и агитация. Как сообщает американский журналист, «день за днем большевистские ораторы обходили казармы и фабрики, яростно нападая на правительство» [Рид 1987: 42], обещая мир, землю и народовластие и проклиная врагов народа — капиталистов, контрреволюционеров и Керенского. Эту же мысль внушали своим читателям большевистские газеты, тираж которых постоянно возрастал. Яростные коммуникативные столкновения происходили на всевозможных митингах, собраниях, диспутах, съездах и конференциях. Американский журналист ярко продемонстрировал, что победа революции в 1917 году ковалась агитаторами и ораторами. Красная гвардия и ЧК были созданы позднее.

Подобные наблюдения представлены и в публикациях многих других зарубежных очевидцев российской революции. Это свидетельствовало, что революция и Гражданская война в России начинались с коммуникативной войны. Российские технологии революционной пропаганды

впоследствии тщательно изучались (а нередко — и применялись) специалистами из самых различных стран.

В публицистических книгах, подготовленных журналистами, помимо прочего, содержится богатый фактический материал, много метких наблюдений над особенностями российской политической коммуникации в эпоху революции и Гражданской войны, а поэтому они могут рассматриваться как открывающие первый этап лингвистической советологии. Собственно научные исследования, для которых необходимы отточенная методология и некоторая отстраненность, беспристрастность, появились несколько позднее.

К числу основоположников лингвистической советологии как науки и политической коммуникативистики в целом справедливо относят Уолтера Липпманна (1889–1974), который в годы Первой мировой войны писал пропагандистские листовки для армии союзников во Франции, а затем занялся изучением проблемы эффективности политической агитации и пропаганды. Многие его идеи уже давно воспринимаются как аксиомы и прописные истины, соответствующие исследования стали своего рода базой для формирования понятийно-терминологического аппарата политической лингвистики. Например, в современной науке активно используется предложенное У. Липпманном понятие «процесса определения повестки дня» (*agenda-setting process*), т. е. высвечивания в политической коммуникации одних вопросов и замалчивания других. Таким образом, ученый разграничил такие явления, как реальная актуальность той или иной проблемы и ее значимость в восприятии общества, а также охарактеризовал определение повестки дня как важный прием манипулирования политическим сознанием.

У. Липпманн разработал эффективную методику применения контент-анализа как инструмента для исследования общественных представлений о политической картине мира. В частности, еще в 1920 году У. Липпманн совместно с Ч. Мерцем опубликовали исследование корпуса текстов газеты «The New York Times», которые были посвящены Октябрьской революции в России. Анализ показал, что среднему американцу невозможно было составить сколько-нибудь объективного мнения о происходящих событиях ввиду антибольшевистской предвзятости публикуемых текстов [Lippmann, Merz 1920].

Теоретические выводы У. Липпманн совмещал с практической политической деятельностью и оказывал влияние на принятие решений на самом высоком уровне. Так, будучи советником президента В. Вильсона, исследователь участвовал в составлении знаменитых «14 тезисов»,



в корне изменивших внешнеполитический курс США, в том числе и отношения между Советским Союзом и Соединенными Штатами. Вообще, тесная переплетенность теории и практики, научно-академической и собственно политической деятельности — характерная черта американской советологии. Из среды советологов вышло несколько государственных секретарей, сенаторов, широко известных советников президентов США.

Важную роль в становлении лингвистической советологии сыграл Пол Лазарсфельд (1901–1976), активно занимавшийся изучением пропаганды (в том числе коммунистической) в Колумбийском университете. В 1937 году он руководил исследовательским проектом по изучению воздействия радиовещания на американскую аудиторию. Впоследствии этот проект вылился в создание «Бюро прикладных социальных исследований» — исследовательского института, который занимался вопросами политической и массовой коммуникации. Вместе со своим коллегой Р. Мертоном П. Лазарсфельд разработал метод опроса фокус-группы, предназначенный для сбора данных об отношении рядовых американцев к различным политическим проблемам, среди которых важное место занимало отношение к тоталитарным идеологиям и соответствующим режимам.

Среди ведущих американских советологов называют также профессора Гарольда Лассвелла (1902–1978), которому принадлежит заслуга значительного развития методики контент-анализа и ее эффективного применения к изучению языка политики. С помощью контент-анализа Г. Лассвеллу удалось продемонстрировать связь между стилем политического языка и политическим режимом, в котором этот язык используется. По мнению исследователя, дискурс политиков-демократов очень близок дискурсу избирателей, к которым они обращаются, в то время как недемократические элиты стремятся к превосходству и дистанцированию от рядовых членов общества, что неизбежно находит отражение в стилистических особенностях языка власти. Языковые инновации предшествуют общественным преобразованиям, поэтому изменения в стиле политического языка служат индикатором приближающейся демократизации общества или кризиса демократии. Использование этой методики позволило сделать вывод о том, что политический язык советской элиты на протяжении 1920–1940-х годов все дальше и дальше уходил от демократических традиций.

Среди первых европейских исследований советского политического языка выделяются изданные в Париже публикации А. Мазона [Mazon

1920] и Э. Мендра [Mendras 1925], в которых отмечаются такие явления, как активизация аббревиации, экспансия варваризмов и жаргонизмов, а также стремление к переименованию городов и изобретению новых личных имен. Среди первых книг следует отметить небольшую монографию С. И. Карцевского «Язык, война и революция» [1923]. Рассматривая лексико-семантические изменения в политической речи после Октябрьской революции, автор указывает на партикуляцию значений в «старых» словах, на повышенную эвфемизацию и инвективность политической речи. Как пишет исследователь, «погоня за экспрессивностью и вообще субъективное отношение к жизни ведут к тому, что мы постоянно прибегаем к метафорам и всячески описываем, вместо того, чтобы определять» [Карцевский 1923: 11]. Помимо анализа собственно речевых фактов, исследователь обратил особое внимание на то, что язык как «социальное установление» чутко реагирует на политические изменения и отражает деление общества на различные группировки.

В публикациях того времени не всегда акцентировалась политическая составляющая языковых изменений и особенности советской политической коммуникации нередко рассматривались как новообразования в русском языке в целом. Среди изысканий подобного рода исследование шведского специалиста Астрид Бэклунд [Baecklund 1940], посвященное изучению сложносокращенных слов, столь характерных для советского политического языка. Схожее исследование провел Джордж Патрик, рассмотревший 1 500 наиболее распространенных в СССР сокращений и отметивший своего рода моду на аббревиатуры и иные сокращения в советской политической коммуникации [Patrick 1937].

Сопоставляя публикации исследователей из Европы и Америки, можно заметить, что до середины прошлого века европейские специалисты обращаются преимущественно к изучению изменений в системе языка, обусловленных революцией и новым политическим режимом. Соответственно американские исследователи предпочитают рассматривать методы и приемы использования языка как средства воздействия, активно обращаются к прагматике речевой деятельности в политической коммуникации.

## **2. Лингвистическая советология в годы холодной войны**

После Второй мировой войны отношения Советского Союза со странами Западной Европы и США резко изменились. На смену военному союзу Объединенных Наций пришла эпоха, которую ярко характеризовали доминантные политические метафоры *холодная война*,

*железный занавес, равновесие страха и охота на ведьм.* Лингвистическая советология в это время стала восприниматься как изучение языка враждебной страны и методики вражеской пропаганды, эффективность которой признавалась всеми серьезными специалистами. Если на предшествующем этапе советологи пытались выяснить, в чем особенности советской политической коммуникации, то в послевоенный период основное внимание было перенесено на прагматический аспект, поиск причин ее эффективности, а также на создание рекомендаций по анти-советской пропаганде.

Новая историческая реальность, непредсказуемость в поведении советских вождей требовала от исследователей расширения методологической базы изучения дискурса с целью добиться более адекватного представления о советском политическом мышлении и решения задач по прогнозированию политической деятельности. Анализируя развитие советологии в это время, Д. Белл писал: «Если ад, как однажды сказал Томас Гоббс, это слишком поздно обнаруженная истина, то дорога в ад должна быть уже два раза устлана тысячами книг, утверждающих, что им известна истина о России, а адские пытки уготованы для тех (преимущественно дипломатов), кто полагал, что в состоянии правильно предсказать, как будут действовать советские вожди, и в самонадеянном убеждении вершил судьбы миллионов людей» [Bell 1958: 44].

Одним из нововведений лингвистической советологии стало расширение исследовательского инструментария за счет методов количественной семантики. В 1949 году была опубликована коллективная монография «Language of Power: Studies in Quantitative Semantics» («Язык власти: исследования по количественной семантике») [Language 1949], значительная часть которой посвящена политической коммуникации в Советском Союзе. Г. Лассвелл, Н. Лейтес, С. Якобсон и другие исследователи на основе анализа коммуникативной практики коммунистов и иного подобного речевого материала выявляли различные взаимозависимости между семантикой языковых единиц, их частотностью и политическими процессами. Так, в совместном исследовании Сергиуса Якобсона и Гарольда Лассвелла «Первомайские призывы в Советской России (1918–1943)» было выделено 11 категорий ключевых символов (обозначение «своих» и «чужих», использование национальной и интернациональной символики, обращение к внутренней и внешней политике и др.), а затем проведено исследование их частотности на различных этапах развития СССР. Авторы показали, что такое исследование позволяет лучше понять

динамические процессы в господствующей идеологии и нюансы советской политики.

В конце 40-х годов советские языковые новообразования привлекают внимание и европейских специалистов. В отличие от американских исследователей, определявших свои публикации как изучение советского политического языка, европейцы предпочитали говорить о новых явлениях в русском языке, хотя политический контекст подобных исследований не вызывал сомнений. К числу таких работ относится, в частности, монография Г. Кляйна, посвященная изучению советских аббревиатур [Klein 1949].

По мере того как военное сотрудничество между СССР и странами Запада сменилось холодной войной, зарубежные исследователи стали обращать самое пристальное внимание на внутри- и внешнеполитические средства советской пропаганды. В это время появляется книга Алекса Инкелеса «Public Opinion in Soviet Russia: A Study in Mass Persuasion» («Общественное мнение в Советской России: исследование массового убеждения») [Inkeles 1950]. Помимо рассмотрения советской информационной политики, она содержала анализ интервью с бывшими гражданами СССР. А. Инкелес пришел к выводу об абсолютном контроле СМИ советскими властями. Вместе с тем автор резюмировал, что «система советской коммуникации далека от того, чтобы обеспечивать тотальное убеждение населения, ее эффективность гораздо ниже того уровня, которого советские лидеры хотели бы достигнуть» [Ibid: 319].

Еще одним методологическим новшеством стала монография Натана Лейтеса «A Study in Bolshevism» («Исследование большевизма») [Leites 1954]. Будучи американским исследователем, Н. Лейтес ставил перед собой прагматические цели: советский язык интересовал его в первую очередь как способ распутать механизмы загадочного большевистского (русского) мышления, как шаг к прогнозированию политических реакций коммунистических лидеров.

В этом труде Н. Лейтес исследовал образы, фантазии, характерные метафоры, используемые большевистскими лидерами (в основном Лениным и Сталиным), а также «литературные модели», с которыми большевики себя идентифицировали или которые отвергали. По словам Н. Лейтеса, существует мало культур, которые смогли так рельефно запечатлеть в своей литературе типы национального характера. В частности, автор выделяет поведенческие модели, связанные с образами Карамазова, Раскольникова, Мышкина, Верховенского, Рудина, Чичикова, Обломова, чеховских героев. Анализируя отношение к этим поведенческим моделям

в большевистском дискурсе, автор определил, какие «психологические маски» принимаются, а какие отвергаются большевистскими лидерами и, соответственно, с какой моделью мышления и поведения они себя идентифицируют.

Используя эти модели, Н. Лейтес обратился к методам фрейдизма в попытке высветить «латентные значения» большевистских образов. Проанализировав около трех тысяч большевистских цитат, Н. Лейтес отмечает такие фобии, как «страх импотенции», «фобия заражения» («чистка партии»), «боязнь быть избитым» (как, например, в знаменитом выступлении Сталина перед управленцами советской промышленности в 1931 году, в котором образ избияния и избиваемого используется одиннадцать раз в одном параграфе) и др.

Исследователь приходит к выводу о том, что модель большевистского поведения формировалась как отрицательная реакция на Обломовых, которые проспали свою жизнь; на Рудиных, болтунов высокого полета, которые ничего не делают; на философию толстовского Каратаева. Большевистский дискурс пронизывает новый принцип «кто кого», который Н. Лейтес разворачивает в радикальную формулу «кто кого убьет».

Сопоставление дискурса большевистской элиты с мировоззрением русской интеллигенции XIX века привело Н. Лейтеса к выводам о том, что основоположником этого принципа был В. И. Ленин, «отец» большевистского дискурса и большевистского образа, которому и следовали «дети-ленинцы». Если элита XIX века легко поддавалась перемене настроения и для нее были характерны «задумчивость», «интроспективность», «поиски души», то представители большевистской элиты характеризуются исследователем как жесткие, подозрительные, неподатливые, агрессивные.

Н. Лейтес пишет, что фашистские ученые перед вторжением в СССР тоже изучали русский характер по произведениям классической русской литературы, но они не сопоставляли эти данные с большевистским дискурсом (очевидно, что фашистской элите не нужны были «открытия» в области исследования тоталитарных дискурсов). В результате фашистская армия ожидала увидеть на полях сражений апатичных чеховских героев и Обломовых, а встретила Маресьевых, Матросовых и Панфиловых.

Среди публикаций, авторы которых максимально полно демонстрируют неприятие советской власти и всего, что с ней связано (в том числе и изменений в русском языке), особой непримиримостью выделяется книга Андрея и Татьяны Фесенко «Русский язык при советах» [1955], из-

данная в Нью-Йорке. Один из основных факторов, формирующих советский дискурс, по мнению авторов, заключается в следующем: «Неприглядность советской жизни, расхождение многообещающей пропаганды и невеселой, подчас трагической действительности вызвали у властей необходимость в словесном одурманивании, правда, часто разоблачавшемся в народе. Самолюбование и самовосхваление являются ширмой, прикрывающей безотрадное существование советских республик, за которыми установились восторженные эпитеты: цветущая Украина, солнечная Грузия и т. п.» [Фесенко А., Фесенко Т. 1955: 30]. Рассматривая многочисленные случаи неудачного словоупотребления, авторы стремятся найти подлинную причину ошибок и делают следующий вывод: «Как бы это ни звучало парадоксально, но именно Революция создала в России исключительно благоприятную почву для засилья всякой канцелярщины, бюрократии и соответствующего им языка» [Там же: 24].

Вместе с тем в рассматриваемой книге можно обнаружить весьма интересный обзор публикаций (особенно изданных вне Советского Союза) и немало конкретных замечаний об экспансии заимствований, а также просторечных, жаргонных и диалектных слов, о неумеренном использовании сложносокращенных слов и необоснованном отказе от множества традиционных для русского языка лексических единиц. Обобщая свои наблюдения, авторы пишут: «Но все же основным процессом в советском языке, конечно, явилась не архаизация, а политизация его при широком применении сокращений. Если Ленин пытался определить новый общественный строй формулой:

советы + электрификация = коммунизм,

то, говоря о состоянии русского языка в начальный период существования советской власти, можно для образности воспользоваться аналогичным построением:

политизация + аббревиация = советский язык» [Там же: 25].

Далее сообщается, что «новые формы жизни, а с ними и соответствующая лексика были чужды народу, так как в значительной степени создавались не им самим, а где-то в правительственных кругах» [Там же: 25–26].

Подобный характер (немало метких наблюдений, сопровождающихся чрезвычайно язвительными комментариями и решительными обвинениями) носит также книга другого эмигранта из Советского Союза, Л. Д. Ржевского [1951].

Многие американские советологи проявили себя и как академические ученые, и как непосредственные участники идеологической борьбы,

занимавшие те или иные должности в государственном аппарате. Например, профессор Йельского университета Фредерик Баргхорн начинал как дипломат, в конце 40-х годов он работал пресс-атташе американского посольства в Москве, с 1949 по 1951 год возглавлял федеральный исследовательский проект по интервьюированию иммигрантов из СССР (так называемый «гарвардский проект»). Поэтому его работы наполнены богатым фактическим материалом, в них ярко прослеживается официальная точка зрения. Он пишет: «В советской пропаганде необычайно высока роль обмана или, как его называют некоторые авторы, “преднамеренной дезинформации”» ([Баргхорн 2008: 150]; впервые работа опубликована в 1954 году).

Далее профессор указывает на В. И. Ленина как на политика, который положил начало лжи и лицемерию в советской пропаганде: «В работах Ленина содержится немало призывов к большевикам “использовать” временных союзников, которые подлежат устранению или, при необходимости, уничтожению после того, как они сыграют свою роль. Социальные классы и национальные движения, включающие десятки тысяч и даже миллионов человек, были использованы таким образом, а затем ассимилированы, подавлены или даже “ликвидированы” в соответствии с ленинским лозунгом». Однако большевистский вариант пропагандистской демагогии не является обманом в обычном понимании смысла этого слова. Такая политика становится особенно опасной, так как доктрина и практическая деятельность большевизма оправдывают и превозносят наиболее утонченные формы искажения и обмана как высокоморальные поступки» [Там же: 150]. Баргхорн последовательно декларировал свои крайне правые взгляды и ненависть к коммунизму.

К числу советологов, считавшихся либералами, относится профессор Эрнест Дж. Симмонс, который в середине прошлого века работал в Корнеллском, Гарвардском и Колумбийском университетах, был инициатором изучения советской и русской литературы в США, автором многих работ о русских и советских писателях (см., например: [Симмонс 2008]). Политические взгляды и научные интересы Дж. Симмонса привлекли внимание Комиссии по расследованию антиамериканской деятельности, которая подозревала его (скорее всего необоснованно) в симпатиях к коммунизму. Во всяком случае, в Советском Союзе он воспринимался как типичный клеветник-антисоветчик, а в его обзоре истории советской литературы трудно заметить увлечение коммунистической теорией и практикой [Там же].

Итак, в годы холодной войны лингвистическая советология стремительно развивалась, специалисты использовали самые современные для того времени методы и приемы исследования. Среди активных советологов были и университетские профессора, и действующие сотрудники правительственных организаций, люди как либеральных, так и консервативных политических убеждений. Напряженные отношения между Советским Союзом и западными странами нередко способствовали идеологической напряженности соответствующих публикаций, жесткости авторской позиции, подчеркнутой враждебностью к Советскому Союзу и его союзникам.

### **3. Лингвистическая советология в период разрядки**

Зарубежные специалисты тщательно исследовали преобразования в советском политическом дискурсе, начавшиеся в период «оттепели». Эти процессы рассмотрел Д. Холландер в книге «*Soviet Political Indoctrination: Developments in Mass Media and Propaganda since Stalin*» («Советское политическое внушение: изменения в СМИ и пропаганде со времен Сталина») [Hollander 1972]. Автор констатировал, что на смену сталинской системе тотального контроля над массами пришла более гибкая и свободная система управления общественным сознанием, которая характеризуется относительно благоприятными возможностями для диалога и выражения различных точек зрения, в том числе и в официальных СМИ. Вместе с тем исследователи отмечали, что даже в период «оттепели» советские СМИ во многом придерживались традиций пропаганды, сложившихся при Сталине [Kecskemeti 1956].

Параллельно с исследованиями собственно языка пропаганды проводились исследования изменений в русском языке, произошедших после 1917 года. Очевидно, что большинство этих изменений были связаны не только с естественной эволюцией языка, но и с влиянием на него целого ряда социально-политических факторов. Наиболее известной работой такого рода стала монография Б. Комри и Д. Стоуна «*The Russian Language since the Revolution*» («Русский язык после революции») [Comrie, Stone 1978]. Значительный интерес представляют также специализированные работы по анализу отдельных аспектов советского политического языка, в частности синтаксиса и стиля [Gallis 1967], аргументативной роли языка в СМИ [Stegemann 1961].

Отдельное внимание советологов привлекали изменения в русском языке, связанные с ГУЛАГом. После публикации А. И. Солженицыным рассказа «Один день из жизни Ивана Денисовича» советологи осознали,



что определенные элементы русской лексики остаются малопонятными, и связано это не только с их жаргонной замкнутостью, но и с тем, что в языке заключенных появились именно советские новообразования, прежде неизвестные исследователям русского тюремного жаргона. Для решения этой проблемы в США был издан «Словарь языка советских тюрем и трудовых лагерей», основанный в том числе и на примерах из работ А. И. Солженицына [Galler, Marquess 1972]. Впоследствии эта работа была продолжена европейскими лексикографами, подготовившими ряд подобных словарей [Бен-Яков 1982; Rossi 1987].

Среди лексикографических исследований собственно языка политики выделяются изыскания Ильи Земцова [Zemtsov 1984; Земцов 1985], посвященные анализу манипуляционного потенциала советской политической лексики и фразеологии. Политическая и творческая биография И. Земцова типична для советологов, принадлежащих к числу эмигрантов из СССР. Он защитил диссертацию в Советском Союзе, работал в социологическом центре (г. Баку). После эмиграции (1973) работал профессором в западных университетах, был советником премьер-министра Израиля, написал несколько книг по проблемам политологии, в том числе широко известный словарь «Советский политический язык», который был опубликован на английском (1984) и русском (1985) языках. Эта книга, по словам автора, посвящена «анализу основных аспектов советского языка и механизмов его функционирования» и ориентирована на две цели: «1) предоставить ученым-советологам и политологам, политическим деятелям, журналистам и всем, кто интересуется изучением советского общества, политический словарь-справочник, раскрывающий подлинное значение приводимых слов и словосочетаний, а также механизм советской пропаганды; 2) раскрыть — на основе истолкования некоторых единиц языка — политические, социальные, философские, этические и психологические аспекты советской реальности, вуалируемые этим языком» [Земцов 1985 : 7]. Книга построена как своего рода словарь политической лексики и фразеологии. В соответствии с общим замыслом каждая словарная статья открывается дефиницией значения слова (словосочетания), затем следует анализ идеологического содержания слова в наложении на советскую реальность. Автор считает, что «двойной угол зрения позволяет наглядно выявить противоречия между жизнью и языком», так характерные для советской действительности. Далее следует иллюстративный материал (преимущественно цитаты из периодической печати).

Во вводном разделе рассматриваемого словаря содержится следующая характеристика: «Советский язык — явление уникальное. Его нельзя

сводить ни к политическому слою русского языка, ни к одной из разновидностей бюрократического лексикона, хотя исторически он, несомненно, возник на основе последнего. Целиком национализированный государством, советский язык насаждается и культивируется коммунистами как универсальный заменитель русского языка. Он постепенно проникает во все сферы духовной деятельности человека — литературу, искусство, науку. Семантика этого языка отражает не социальную реальность, а идейное мифотворчество; она выявляет не объективные общественные процессы и явления, а коммунистическое мировоззрение в его наложении на действительность. Советский политический язык однозначен. Но, деля мир на полярные субстанции добра и зла, он в то же время и двусмыслен. Эта двусмысленность — следствие двойственности советской социальной системы: социалистической формы, обращенной к внешнему миру, и тоталитарной сущности, направленной к собственным народам. Слова и выражения советского языка, действующие на уровне бессознательной психики, превращаются в сжатые пружины политического манипулирования: с их помощью в человека вгоняются заряды идеологической энергии. Реальность проектируется по законам вымысла: рабство объявляется свободой, ложь — истиной, война — миром и т. д. [Земцов 1985: 7–8].

Отдельное внимание исследователей было направлено на изучение прагматики советской политической коммуникации: эффективности советской политической пропаганды, лингвистических и концептуальных средств убеждения, используемых в советских СМИ [Lendvai 1981; Mickiewicz 1981; White 1980; и др.]. Специальные работы по изучению советского политического дискурса проводились так называемой «гренобльской группой» [Essais 1981].

Рассмотренные исследования отличаются сферами научного интереса и оценками советского политического дискурса (преимущественно весьма критическими), но все они представляют определенный интерес как с точки зрения восприятия Советского Союза на Западе, так и с точки зрения выявления реальных свойств советской политической коммуникации. Следует учитывать, однако, что для большинства советологов этого периода была характерна «черно-белая палитра»: западный политический язык представлялся как свободный и безупречный, а советский — как лицемерный и несвободный. Между тем уже в 70–80-е годы многие зарубежные специалисты по критическому анализу дискурса, когнитивистике и политической риторике (У. Бенуа, Р. Водак, Т. ван Дейк, Дж. Лакофф, Н. Хомский, Н. Ферклаф и др.) обнаружили, что и в поли-

тическом языке западных демократий часто наблюдается неискренность, ритуальность, агрессивность, стремление скрыть важную информацию и акцентировать менее существенные факты. Впрочем, не меньшую односторонность демонстрировали и советские критики западной политической коммуникации.

#### **4. Лингвистическая советология в период демонтажа социалистической системы**

Отношения между Советским Союзом и западными странами резко изменились в середине 80-х годов, что в значительной степени обусловило наступление нового этапа в развитии как общей, так и лингвистической советологии. Однако политическая лингвистика часто оказывается значительно более инертной, чем живая политическая история. Многие советологи не могли отказаться от прежних подходов к исследованию советского политического языка даже тогда, когда М. С. Горбачев был избран лидером советских коммунистов и стала очевидной тенденция к либерализации и демократизации.

Традиционные изыскания советологов этих лет варьируются от изучения общественно-политической терминологии [Bruchis 1988] и исследования коммунистических нарративов [Bourmeyster 1988] до анализа новостной политики в конкретных советских СМИ [Roxburgh 1987] и структуры сигнификации в обращениях генеральных секретарей КПСС [Urban 1987]. Но новая политическая ситуация и нарастающий общественный интерес к происходящим в Советском Союзе изменениям все настойчивее требовали принципиально новых подходов к изучению советской политической коммуникации.

В условиях провозглашенного вновь избранным генеральным секретарем ЦК КПСС М. С. Горбачевым «нового политического мышления», символом которого стали «перестройка», «гласность» и «общеевропейский дом», все чаще появляются исследования явлений, связанных с новыми политическими процессами. В этот период американские и западноевропейские специалисты по советской политической коммуникации все чаще выступают в зарубежных изданиях в качестве экспертов по новым процессам в советской (и российской) политической коммуникации. Эти же специалисты нередко выступают в советских СМИ как своего рода консультанты по демократизации языка и общества в целом.

Наибольшее внимание в середине и конце 80-х годов привлекает дискурс М. С. Горбачева и формирующийся дискурс перестройки [Benn 1987, 1989; Downing 1988; Urban 1988; Goban-Klas 1989; McNair 1989;

Niqueux 1990]. На фоне особого внимания к социально-политическим процессам, происходящим в СССР, возникла потребность в исследованиях, позволяющих объяснить дискурсивные новообразования в советской политической коммуникации.

Активно используемая в период перестройки политическая лексика нередко сбивала с толку западного читателя. Так, в СССР *консерваторами* называли коммунистов, в то время как на Западе консерваторы были традиционными противниками коммунизма. В СССР словосочетание *черный рынок* содержало мелиоративные коннотации, потому что черный рынок был единственным эффективно действующим экономическим механизмом, основывающимся на законе спроса и предложения. Специалисты отмечали, что слова *российский* (*Russian*) и *советский* (*Soviet*), традиционно воспринимаемые на Западе как синонимы, уже не являлись взаимозаменяемыми и нередко употреблялись в СССР для выражения антитезы между приверженцами советского режима и сторонниками демократических перспектив развития страны.

Интерес к дискурсу перестройки и трансформациям в русском языке последних лет существования СССР сохранился и в последующие десятилетия [Malcolm 1991; Mossman 1991; Rathmayr 1991; Haudressy 1992; Erol 1993; Russell, Carsten 1996; Popp 1997; DeLuca 1998; Gibbs 1999; Walker 2003]. Так, в монографии профессора Калифорнийского университета в Беркли Э. Уолкера [Walker 2003] были рассмотрены семантические трансформации ключевых символов советского политического дискурса в период перестройки: *суверенитет, союз, федерация, конфедерация, независимость*. По мнению автора, активное употребление этих понятий привело к неожиданным для идеологов нового мышления результатам, потому что под одну и ту же форму выражения подводились самые различные и даже противоположные смыслы. Например, центральным партийным руководством независимость понималась как новое и привлекательное название для автономности, тогда как демократические (а также сепаратистские и националистические силы в союзных и автономных республиках) понимали независимость как подлинное самоопределение. Подобные «коммуникативные недоразумения» сыграли существенную роль в дезинтеграционных процессах и становлении постсоветских государств.

А. Р. Де Люка [DeLuca 1998] проследил, как смена риторики М. С. Горбачева влияла на внутривнутриполитическую ситуацию в СССР и взаимоотношения Советского Союза с остальным миром. Автор последовательно демонстрирует, что новый политический и медийный дискурс,

пропаганда политических символов *перестройки*, *гласности* и *нового мышления* меняли общественное мнение и привели не к реформированию, а к развалу системы.

Многие западные исследователи сходятся во мнении, что, изменяя советский политический дискурс, М. С. Горбачев надеялся ослабить тоталитарную дискурсивную практику, но не подозревал (или не до конца осознавал), что изменение краеугольных для политического дискурса концептов приведет к фундаментальному преобразованию самой действительности.

Значительную известность получили семанτικο-синтаксические исследования профессора из Женевы Патрика Серио, суммированные в монографии «Analyse du discours politique Soviétique» («Анализ советского политического дискурса») [Seriot 1985], своего рода итогом которой стала метафора «деревянный язык», который определялся как некая «пародия на научный дискурс». Широкий резонанс получили и последующие работы исследователя по советскому языку, его «деревянными» аналогам в других социалистических странах, советской языковой политике [Seriot 1986a, 1986b, 1988a, 1988b, 1989, 1991 и др.].

Метафорическое представление советской официальной коммуникации как «деревянного языка» получило широкое распространение во Франции и за ее пределами. Франсуа Том, известный советолог, профессор Сорбонны, так и озаглавил свою книгу о коммунистическом новоязе: «La langue de bois» («Деревянный язык») [Thom 1987]. В ней анализируются лексико-синтаксические особенности советского новояза. Помимо этого, Ф. Том указывает на закрепленное в «деревянном языке» особое отношение к «другому», который независимо от личностных качеств автоматически приписывается к враждебному сообществу, угрожающему коммунистическим ценностям.

В нашей стране хорошо известна статья П. Серио «Русский язык и советский политический дискурс: анализ номинализаций» [Серио 1999], которая была написана и опубликована на французском языке еще в середине предыдущего десятилетия. Отталкиваясь от изучения, казалось бы, частного вопроса о функциях отглагольных существительных в докладах Н. С. Хрущева и Л. И. Брежнева на XXII и XXIII съездах КПСС, автор приходит к весьма серьезным выводам. По его мнению, причиной высокой частотности номинализаций является общая тенденция к обобщенности, неопределенности и переложению ответственности: «введенное номинализацией “внетекстовое” не проявляется на эксплицитном уровне, оно не *показано*, а лишь *указано*, использовано, *введено под именем*

некоторого объекта реальности» [Серио 1999: 379]. Автор доказывает, что «советский политический дискурс характеризуется двумя противоположными тенденциями: декларируемыми гомогенностью, единством и монолитностью, с одной стороны, и лежащей в его основе неоднородностью — с другой» [Там же: 381]. Показательно, что однородность, стандартность, следование установкам на единство постоянно подчеркивается; соответственно инновации подаются как следование заветам классиков марксизма и предшествующим политическим решениям.

В широко известной статье «Деревянный язык, чужой язык и свой язык. Поиск настоящей речи в социалистической Европе 1980-х годов» [Seriot 1989; Серио 2008] П. Серио детально анализирует публикации по проблемам критики языка, появившиеся в социалистических странах (Советский Союз, Польша, Югославия, Чехословакия) и подчеркивает, что предметом изучения служат несколько феноменов:

- официальная политическая коммуникация в своей стране, при анализе которой нередко отмечаются существенные недостатки;
- проявления «речевого сопротивления», речевая практика диссидентов и бытовая речь людей, которые в той или иной степени недовольны существующим политическим режимом;
- политическая коммуникация зарубежных (а возможно, и не только зарубежных) политических противников, которые используют манипулятивные возможности языка в целях недобросовестной пропаганды.

Вместе с тем Патрик Серио делает справедливый вывод о том, что до настоящего времени нет объективной характеристики «правильного» политического языка, который бы противостоял тому, что называют *nowa towa*, *новояз*, *newspeak*, *novlangue*, язык пропаганды.

Заканчивая рассмотрение этапов развития советского политического языка, необходимо особо выделить монографические исследования, в которых предпринимаются попытки комплексного обзора изменений в русском языке XX века. Среди работ такого рода важное место занимает монография Ларисы Рязановой-Кларк и Теренса Уэйда [Ryazanova-Clarke, Wade 1999]. Авторы рассматривают новообразования в русском языке по хронологическому критерию: выделяется восемь этапов в развитии языка от Октябрьской революции и Великой Отечественной войны до перестройки и постсоветского периода. Несколько другие критерии структурирования материала положены в основу коллективной монографии «The Russian Language in the Twentieth Century» («Русский язык в

XX столетии») [Comrie et al. 1996]. Исследователи рассматривают изменения в произношении, интонации, морфологии, лексике, синтаксисе, орфографии, пунктуации, способах обращения и других аспектах. В обеих монографиях языковые изменения анализируются в корреляции с социально-политическими изменениями.

Отдельного внимания заслуживает многоаспектная исследовательская программа Ричарда Андерсона, направленная на сопоставление тоталитарного советского и демократического российского дискурсов. Основываясь на высказанных Г. Лассвеллом идеях, Р. Д. Андерсон предпринял попытку найти практическое обоснование положению о том, что процесс коммуникации служит индикатором, позволяющим определить, разделено ли общество на управляющих и управляемых или представляет собой единое гражданское общество, в котором избиратели поддерживают тех или иных претендентов на власть. Излагая дискурсивную теорию демократизации [Anderson 2001a], исследователь пишет о том, что истоки демократических преобразований в обществе следует искать в дискурсивных инновациях, а не в изменении социальных или экономических условий.

Для подтверждения своей теории Р. Д. Андерсон обращается к сопоставительному анализу советско-российских политических метафор [Anderson 2001b, 2005]. Материалом для анализа послужили тексты политических выступлений членов Политбюро 1966–1985 годов (авторитарный период), выступления членов Политбюро в год первых общенародных выборов (1989, переходный период) и тексты, принадлежащие известным политикам различной политической ориентации периода 1991–1993 годов (демократический период). В результате исследователь обнаружил, что «метафоры недемократического типа посылают сигналы разделения общества на верхи и низы, высокие чины и подчиненных, родителя и ребенка, дающего задание и получающего его» [Андерсон 2006: 17]. При смене авторитарного дискурса власти демократическим дискурсом в массовом сознании разрушается представление о кастовом единстве политиков и их «отделенности» от народа. Дискурс новой политической элиты элиминирует характерное для авторитарного дискурса наделение власти положительными признаками, сближается с «языком народа», но проявляет значительную вариативность, отражающую вариативность политических идей в демократическом обществе. Всякий текст (демократический или авторитарный) обладает информативным и «соотносительным» значением. Когда люди воспринимают тексты политической элиты, они не только узнают о том, что политики хотят им со-

общить о мире, но и о том, как элита соотносит себя с народом (включает себя в социальную общность с населением или отдаляется от народа). Все это, по мнению ученого, дает основание считать, что метафоры сигнализируют о начале политических перемен и даже способствуют этим переменам [Anderson 2001b, 2005]. Схожие результаты Р. Андерсон получил на примере анализа других лексико-грамматических явлений, показав, что демократизация в СССР и России характеризовалась сближением политической речи и разговорного языка [Anderson 2004].

К числу крупнейших зарубежных специалистов по лингвистической советологии относится профессор Цюрихского университета Даниэль Вайс [Weiss 1995, 1998, 1999a, 1999b, 2000a, 2000b, 2002; Вайс 2000, 2007, 2008a, 2008b и др.], который возглавляет исследовательскую группу по изучению советского и восточноевропейского политического дискурса. Д. Вайса отличает опора на объемный и разнообразный речевой материал, детальная, многоаспектная аргументация, стремление к сопоставлению различных дискурсов («сталинского», «хрущевского» и «брежневского», польского, восточногерманского, «гитлеровского» и советского). Исследователь способен увидеть существенные различия в, казалось бы, похожих тенденциях. Например, в названных странах существовал своего рода культ молодости, чистоты и здоровья. Собственное здоровье как полюс, противоположный болезням и немощи политических врагов, демонстрировалось во время различных массовых спортивных мероприятий, которые были тогда неотъемлемой частью политических ритуалов и олицетворяли пышущую здоровьем сплоченность рядов. Как отмечает исследователь, об этом культе здорового тела красноречиво свидетельствует изобразительное искусство тоталитарной эпохи. Физическая закалка молодого поколения считалась одной из наиболее важных задач государства.

Значительное место в публикациях Д. Вайса занимает исследование отзоонимных метафор в советской прессе. Было установлено, что зооморфное представление образа врагов особенно характерно для сталинского и хрущевского периодов, тогда как в дальнейшем роль вербальной и невербальной (плакаты, карикатуры и др.) зоосимволики заметно сократилась. Показательно, что в 30–50-х годах прошлого века для характеристики «своих» применялись всего две метафоры из мира живой природы — орел и сокол. Например, Сталин образно назвал Ленина «горным орлом», а летчиков постоянно называли «сталинскими соколами».

Для обозначения «чужих» в рассматриваемых политических текстах использовалось более двадцати зооморфных образов. В советской



зоосемиотике отсутствуют медведь и лиса — главные персонажи национального фольклора, зато широко упоминаются чуждые ему насекомые и ползучие гады. Вместе с тем до известной степени советская пропаганда была «гуманнее» нацистской: на политических карикатурах в Германии врагов (евреев) изображали в виде крыс и прочих мерзких тварей, тогда как в СССР такие образы не использовались. Хрущевская «оттепель» ознаменовалась, помимо прочего, смягчением зоологических метафор. Например, у сталинского прокурора Вышинского образ собаки был представлен во фразе «расстрелять как поганых псов», а у Хрущева — в выражении «моська, лающая на слона» (об армии ФРГ).

После событий 1991 года, приведших к разрушению Советского Союза, закончилась эпоха советского политического дискурса. В каждом из новых постсоветских государств начала складываться новая система политической коммуникации. Однако полное преобразование политической коммуникации не может произойти за одну ночь и даже за один год. Политический дискурс указанных государств в последнем десятилетии прошлого века можно определить как **постсоветский**. Это определение имеет не только темпоральный характер (после советского дискурса), но и качественную оценку (сохраняющий черты советского дискурса).

Сопоставление советского политического дискурса и политической коммуникации в западных государствах показывает, что некоторые явления, традиционно приписываемые тоталитарному дискурсу, были характерны и для политической коммуникации демократических стран. Очень далеко от реальности навязываемое противопоставление благородных героев, распространяющих правду и воспевающих идеалы свободы, гнусным недалёковидным лжецам, которые сознательно обманывают народ и заботятся только о собственной выгоде. В условиях острой политической борьбы невозможно было всегда оставаться правдивыми и объективными, и это относится к практикам политической коммуникации, характерным для людей, которые находились как по одну, так и по другую сторону идеологических баррикад.

Исследования коммуникативной практики в официальном политическом дискурсе Советского Союза продолжают до настоящего времени. Специалисты выделили характерные черты тоталитарного дискурса, для которого, как правило, свойственны централизация пропагандистской деятельности, претензии на абсолютную истину, идеологизация всех сторон жизни, лозунговость и пристрастие к заклинаниям. Среди признаков тоталитаризма выделяют также ритуальность политической коммуникации, превалирование монолога «вождей» над диалогическими

формами коммуникации, пропагандистский триумфализм, резкую дифференциацию «своих» и «чужих», пропаганду простых и в то же время крайне эффективных путей решения проблем. Сюда же следует отнести кардинальные различия между дискурсом господствующей партии и дискурсом оппозиции, существование наряду с официальным дискурсом (новоязом) еще и языкового сопротивления, антитоталитарного дискурса.

Критика традиционной советологии в значительной степени связана с тем, что многие зарубежные советологи оказались не в силах обнаружить какие-либо достоинства в советском политическом языке. Читая подобные исследования, иногда невозможно понять, почему коммунистическая пропаганда добилась столь впечатляющих успехов во всем мире, чем можно объяснить чрезвычайную прагматическую эффективность советской политической коммуникации. Враждебность к коммунистической идеологии у некоторых советологов оборачивалась неприятием и острой критикой едва ли не всех аспектов соответствующей политической коммуникации и даже собственно языковых инноваций.

Остается надеяться, что в будущем как российские, так и зарубежные исследователи советского политического дискурса смогут объединить усилия и дать объективную характеристику лингвистических причин успехов и поражений советской пропаганды. По-прежнему остается актуальной задача разграничения общих закономерностей политической коммуникации, специфики тоталитарного дискурса и особенностей политической коммуникации в Советском Союзе. Значительные перспективы имеют сопоставление современного политического языка с политическим языком эпохи тоталитаризма и исследования постсоветской истории развития отечественного лингвополитического дискурса. Но это будет уже совершенно новый этап развития политической лингвистики, когда на смену лингвистической постсоветологии придет наука, посвященная российской политической коммуникации в условиях политической свободы и демократии. Именно об этом и говорил Президент Российской Федерации, выступая перед сотрудниками и студентами Колумбийского университета.

## Литература

- Андерсон Р. Д.* Каузальная сила политической метафоры // Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. Екатеринбург : Изд-во Урал. пед. ун-та, 2006. С 70–89.
- Архитектурные памятники Древнего Новгорода : путеводитель / сост. В. Я. Бугаев. СПб. : АРТ-ЛЮКС, 1995. 48 с.
- Атманских А. С.* Восстановление справедливости или ирония судьбы? (Опыт метафизического краеведения) // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности : коллективная монография / отв. ред. И. Т. Вепрева, Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 447–454.
- Баргхорн Ф. К.* Советский образ Соединенных Штатов: преднамеренное искажение // Полит. лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1. С. 149–156.
- Бен-Яков Б.* Словарь аргю ГУЛАГа. Франкфурт-на-Майне : Посев, 1982. 149 с.
- Большая советская энциклопедия. М. : Сов. энцикл., 1970. Т. 2. 632 с.
- Борисов А. Б.* Большой экономический словарь. М. : Книж. мир, 2003. 895 с.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П.* Лингвистическая советология // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 3. С. 23–34.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П.* Лингвистическая парасоветология // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008а. Вып. 1. С. 10–16.
- Будаев Э. В., Чудинов А. П.* Лингвистическая постсоветология // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008б. Вып. 2. С. 10–19.
- Булыгина Т. В., Шмелев А. Д.* Человек о языке (метаязыковая рефлексия в нелингвистических текстах) // Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке. М. : Индрик, 1999. С. 146–161.
- Байс Д.* Новояз как историческое явление // Соцреалистический канон / под общ. ред. Х. Гюнтера [и др.]. СПб. : Академ. проект, 2000. С. 539–555.
- Байс Д.* Сталинистский и национал-социалистический дискурсы пропаганды: сравнение в первом приближении // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 3. С. 34–60.
- Байс Д.* Паразиты, падаль, мусор... Образ врага в советской пропаганде // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008а. Вып. 1. С. 16–22.

- Вайс Д. Животные в советской пропаганде // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008б. Вып. 2. С. 19–35.
- Васильев А. Д. Слово в российском телеэфире: очерки новейшего словоупотребления. М. : Флинта : Наука, 2003. 224 с.
- Васильев В. Л. Архаическая топонимия Новгородской земли (древнеславянские деантропонимные образования). Великий Новгород, 2005. 468 с.
- Васильюк Ф. Е. Структура образа // Вопр. психологии. 1993. № 5. С. 5–19.
- Вежбицка А. Антитоталитарный язык в Польше: механизмы языковой самообороны // Вопр. языкознания. 1993. № 4. С. 107–125.
- Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. 380 с.
- Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М. : Олма-Пресс, 2005. 384 с.
- Вепрева И. Т. Отражение мировоззренческих противоречий в переименовании Екатеринбурга // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности : коллективная монография / отв. ред. И. Т. Вепрева, Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2006. С. 436–446.
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик. М., 1999. 84 с.
- Вихавайнен Т. Внутренний враг. Борьба с мещанством как моральная миссия русской интеллигенции. СПб. : Коло, 2004.
- Гаспаров Б. М. Язык. Память. Образ. М. : Новое лит. обозрение, 1996. 352 с.
- Гиленсон Б. Правда, преломленная через революционный темперамент // Рид Дж. Десять дней, которые потрясли мир. М. : Политиздат, 1987. С. 332–351.
- Голомидова М. В. Образ пространства и пространственные образы в названиях старого Екатеринбурга // Изв. Урал. гос. ун-та. 2001. № 20. URL: [http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0020\(01\\_04\\_2001\)&xsl=showArticle.xsl&id=a03&doc=../content.jsp](http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0020(01_04_2001)&xsl=showArticle.xsl&id=a03&doc=../content.jsp)
- Гольдин В. Е., Сдобнова А. П. «Дом» в ассоциациях школьников (динамический аспект) // Вестн. Перм. ун-та. 2006. Вып. 3 : Филология. С. 37–43.
- Гордиенко Э. А. Улицы Великого Новгорода в пределах Окольного города // Великий Новгород. История и культура XI—XVII веков : энцикл. слов. СПб. : Нестор-История, 2007. С. 459–465.
- Городские имена вчера и сегодня. Ленинградская топонимика / сост. С. Алексеева [и др.]. Л. : РПК «ЛИК», 1990. 160 с.
- Громыко М. М. Отношение к богатству и предприимчивости русских крестьян 19 в. в свете традиционных религиозно-нравственных представлений и социальной практики // Этногр. обзор. 2000. № 2. С. 86–99.
- Гусейнов Г. Ч. ДСП. Материалы к «Русскому словарю общественно-политического языка конца XX века». М., 2003.
- Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М. : Изд-во МГУ, 2003. С. 116–133.
- Дубин Б. Жизнь по привычке: быть пожилым в России 90-х годов // Мониторинг общественного мнения. Экономические и социальные перемены. 1999. № 6. С. 18–27.
- Ермакова О. П. Тоталитарное и посттоталитарное общество в семантике слов // Русский язык / под. ред. Е. Н. Ширяева. Ополе, 1997. С. 121–163.
- Ефремов Ю. К. О ходе и принципах наименования московских улиц // Вопросы географии. М. : Мысль, 1985. Сб. 126 : Географические названия в Москве. С. 34–35.

- Забелин Н. Ю. Московская городская топонимия: структурно-семантический анализ топонимической системы : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 24 с.
- Зайцев И. А., Кушинир И. И. Улицы Новгорода : справ. 2-е изд., перераб. и доп. Л. : Лениздат, 1980. 184 с.
- Залевская А. А. Динамика общенаучных подходов к проблеме знания и некоторые задачи психолингвистических исследований // Вопросы психолингвистики. Екатеринбург, 2007. Вып. 5. С. 4–13.
- Залевская А. А. Введение в психолингвистику. М., 1999. 382 с.
- Зализняк А. А. Русские культурные концепты в европейской лингвистической перспективе: слово *проблема* // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : тр. Междунар. конф. «Диалог 2006», Бекасово, 31 мая — 4 июня 2006 г. М. : Изд-во РГГУ, 2006. С. 152–156.
- Зализняк А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. Языки славянской культуры. М., 2005. С. 363–377.
- Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Эволюция ключевых концептов русского языка в XX веке: аспекты изучения // Вестн. РГНФ. 2006. Вып. 1. С. 120–127.
- Зализняк А. А., Шмелёв А. Д. Эстетическое измерение в русской языковой картине мира // Логический анализ языка. Языки эстетики: концептуальные поля прекрасного и безобразного. М. : Индрик, 2004. С. 209–230.
- Земцов И. Советский политический язык. Лондон: Overseas Publications Interchange Ltd, 1985. 431 с.
- Злыденная Т. А. Ключевые слова в структуре концепта *труд* // Язык. Система. Личность. Екатеринбург : Изд-во Урал. пед. ун-та, 2005. С. 165–178.
- Изард К. Э. Эмоции человека. СПб. : Питер, 1999. 464 с.
- Ильина О. В. Речевое воплощение стереотипных представлений о богатых и бедных в современных газетных текстах : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008.
- Калечиц Е. П. Взаимодействие слов в системе частей речи (межкатегориальные связи). Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. 160 с.
- Камышина С., Логинов С. Красноармейскую переименовуют в Белогвардейскую? // Новые известия. 2008. 31 окт. URL: <http://www.newizv.ru/news/2008-10-31/100907/>
- Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. с. 3–16.
- Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности // Караулов Ю. Н. [и др.]. Ассоциативный тезаурус русского языка. Русский ассоциативный словарь. М. : Помовский и партнеры, 1994. Кн. 1.
- Карцевский С. Язык, война, революция. Берлин : Рус. универс. изд-во, 1923. 72 с.
- Кибанова А. А. Актуальные концепты в сознании молодых россиян // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. Екатеринбург : Изд-во Урал. пед. ун-та, 2006. С. 50–56.
- Кириченко О. К. Развитие качественной семантики у прилагательных *петербургский, питерский, ленинградский* (к характеристике концепта «Петербург» в обыденном сознании) // Русский язык как иностранный. Теория. Исследования. Практика. СПб. : Сударыня, 2003. Вып. 6. С. 104–109.

- Клюев Е. В. Критерии лингвостилистического анализа текста : в 2 ч. М. : ВИПК работников печати, 1989.
- Козлова Н. Н. Горизонты повседневности советской эпохи (голоса из хора). М. : Изд-во Рос. акад. наук, 1996. 216 с.
- Колесов В. В. От составителя // Домострой. М. : Худож. лит., 1991. С. 3–22.
- Колесов В. В. «Жизнь происходит от слова...» СПб. : Златоуст, 1999. 368 с.
- Копотев М., Мустайоки А. Современная корпусная русистика // Инструментарий русистики: корпусные подходы (=Slavica Helsingiensia; 34). Helsinki : Helsinki univ. pres, 2008. С. 7–24. URL: <http://www.slav.helsinki.fi/publications/sh/sh34/2.pdf>
- Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М. : Педагогика-Пресс, 1994. 248 с.
- Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб. : Златоуст, 1999. 320 с.
- Кохановский В. А. Русская лексика скандинавского происхождения по данным отечественной лексикографии // Языковые факты и теория языка : сб. ст., посвященный 60-летию проф. В. В. Иваницкого. Великий Новгород, 2008. С. 69–83.
- Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М. : Знак : Языки славян. культур, 2008. 232 с.
- Круглова Т. А. Советская художественность, или Нескромное обаяние соцреализма. Екатеринбург : Изд-во Гуманитар. ун-та, 2005. 384 с.
- Круглова Т. А. Концепты «труд» и «дело» // Образ достойной жизни в современных российских СМИ : сб. ст. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2008. 288 с.
- Крысин Л. П. Речевой портрет представителя интеллигенции // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация. М. : Языки славян. культуры, 2003. С. 483–495.
- Крюкова И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград : Перемена, 2004. 288 с.
- Купина Н. А. Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. Екатеринбург ; Пермь : ЗУУНЦ, 1995. 144 с.
- Купина Н. А. Языковое сопротивление в контексте тоталитарной культуры : монография. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1997. 176 с.
- Купина Н. А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем // Русский язык сегодня : сб. ст. / отв. ред. Л. П. Крысин. М. : Азбуковник, 2000. Вып. 1. С. 182–189.
- Купина Н. А. Вербализованные идеи новейшего времени: актуальные тенденции и опознавательные знаки советского идеологического кода. Екатеринбург, 2008. URL: <http://elar.usu.ru>
- Кусов В. С. Топонимия Москвы на русских чертежах XVII века // Вопросы географии. М. : Мысль, 1985. Сб. 126 : Географические названия в Москве. С. 164–166.
- Кутенева Т. А. Смысловая динамика идеологем советской эпохи (от идеологии, пропаганды и агитации до пиара) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 24 с.
- Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. М. : Языки славян. культуры, 2004. 792 с.
- Ласковский В. П. Путеводитель по Новгороду. Торговая сторона. Новгород, 1910 / репринт — СПб. : Алаборг, 2008.
- Лассвелл Г., Якобсон С. Первомайские лозунги в Советской России (1918—1943) // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 1. С. 123–142.

- Левада Ю. Координаты человека. К итогам изучения «человека советского» // Мониторинг общественного мнения. Экономические и социальные перемены. 2001. № 1. С. 7–15.
- Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. «За справедливостью пустой» // Зализняк А. и др. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М. : Языки славян. культуры, 2005. С. 363–377.
- Лейтес Н. Третий Интернационал об изменении политического курса // Полит. лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 1. С. 116–123.
- Леонтьев А. А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. М. : Наука, 1969. 307 с.
- Лисоченко О. В. Риторика для журналистов: прецедентность в языке и речи. Ростов н/Д : Феникс, 2007. 318 с.
- Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста : антол. М. : Academia, 1997. С. 280–287.
- Лысакова И. П. Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование. СПб., 2005. 256 с.
- Малия М. Из-под глыб, но что? Очерк истории западной советологии // Отеч. история. 1997. № 5. С. 93–109.
- Маркс К., Энгельс Ф. Об атеизме, религии и церкви. М. : Сов. энцикл., 1971.
- Матвеева Т. М. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. 172 с.
- Меньковский В. Англо-американская советология в системе гуманитарных и социальных наук. 2002 [Электронный ресурс]. URL: <http://newsletter.iatp.by/ctr3-4.htm>
- Минералов Ю. Так говорила держава. XX век и русская песня. 1995. URL: <http://loi.sssc.ru/sn\td\DERGAV.doc>
- Михайлова О. А. Ограничения в лексической семантике. Семасиологический и лингвокультурологический аспекты. Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 1998. 240 с.
- Mustajoki A., Venpeva H. T. Какое оно, модное слово: к вопросу о параметрах языковой моды // Рус. яз. за рубежом. 2006. № 2. С. 45–63. URL: <http://www.helsinki.fi/~mustajok/pdf/moda.pdf>
- Мустайоки А., Pussinen O. Об экспансии глагольной приставки ПО- в современном русском языке // Инструментарий русистики: корпусные подходы (=Slavica Helsingiensia; 34). Helsinki : Helsinki univ. pres, 2008. С. 247–275. URL: <http://www.slav.helsinki.fi/publications/sh/sh34/16.pdf>
- Мустайоки А., Стеклова Т. И. Наблюдения над нестандартными субъектами: что могут делать наука, политика и экономика? // Сиб. филол. журн. 2008. № 2. С. 193–209. URL: [http://www.helsinki.fi/~mustajok/pdf/Mustajoki\\_Steksova.pdf](http://www.helsinki.fi/~mustajok/pdf/Mustajoki_Steksova.pdf)
- Нецименко Г. П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации. Проблемы. Тенденции развития // Вопр. языкознания. 2001. № 1. С. 97–125.
- Новиков Е. О ностальгии // Проза.ру. URL: <http://www.proza.ru/texts/2006/12/26-176.html>
- Панов М. В. История русского литературного произношения XVIII–XX вв. М. : Наука, 1990. 453 с.
- Паперный В. З. Культура «Два». М. : Новое лит. обозрение, 1996. 384 с.
- Парфенова О. На Мякинино не поведешь. Кто и как дает названия новым улицам и станциям метро // Российская газ. 2008. 17 июля. URL: <http://www.rg.ru/2008/07/17/metro.html>

- Пелипенко А. А., Яковенко И. Г.* Культура как система М. : Языки рус. культуры, 1998. 376 с.
- Петрова Л. Я.* О функционировании возвращенных названий улиц Великого Новгорода // Топонимия и диалектная лексика Новгородской земли : материалы Междунар. науч. конф. «Историческая топонимика Великого Новгорода и Новгородской земли», 13–15 нояб. 2001 г. Великий Новгород, 2001. С. 29–32.
- Пихурова А. А.* Судьба советизмов в русском языке конца XX — начала XXI веков (на материале словарей и текстов) : дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2005. 214 с.
- Пихурова А. А.* «Ёрническое» переосмысление советизмов в художественной литературе // Язык. — Сознание. — Культура. — Социум : сб. докладов и сообщений Междунар. науч. конф. памяти проф. И. Н. Горелова. Саратов : Изд. центр «Наука», 2008. С. 263–270.
- Пихурова А. А., Санджи-Гаряева З. С.* Некоторые особенности семантических изменений лексики советского периода // Предложение и Слово : межвуз. сб. науч. тр. Саратов : Изд. центр «Наука», 2008. С. 240–245.
- Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд. М. : Наука, 1988.
- Протасова Е. Ю.* Мороженое в русской картине мира // С любовью к слову. Festschrift in honour of professor Arto Mustajoki on the occasion of his 60th birthday / под ред. Й. Линдстедта [и др.]. Helsinki : Yliopistopaino, 2008. С. 322–330.
- Протченко И. Ф.* Лексика и словообразование русского языка советской эпохи. Социолингвистический аспект. М. : Наука, 1975. 322 с.
- Протченко И. Ф.* Русский язык. Проблемы изучения и развития. М. : Наука, 1984. 182 с.
- Ржевский Л.* Слово живое и мертвое // Грани (Лимбург). 1949. № 5.
- Ржевский Л.* Язык и тоталитаризм. Мюнхен, 1951. 65 с.
- Рид Дж.* Десять дней, которые потрясли мир. М., 1987. 352 с.
- Рождественский Ю. В.* О семантических особенностях текстов массовой коммуникации // Материалы научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации». М. : Изд-во МГУ, 1973. Ч. 1. С. 290–296.
- Рождественский Ю. В.* Общая филология. М. : Фонд «Новое тысячелетие», 1996. 326 с.
- Рождественский Ю. В.* Философия языка. Культуроведение и дидактика. Современные проблемы науки о языке. М. : Грантъ, 2003. 240 с.
- Романенко А. П.* Типы советской культуры и язык // Вопросы стилистики. Саратов, 1999. Вып. 28.
- Романенко А. П.* Советская словесная культура: образ риторика. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. 212 с.
- Романенко А. П.* Образ риторика в советской словесной культуре. М. : Флинта : Наука, 2003. 432 с.
- Романенко А.П., Санджи-Гаряева З. С.* Проблемы составления словаря советизмов // Русский язык сегодня. Проблемы русской лексикографии. М., 2004. Вып. 3. С. 277–286.
- Романова Т. П.* Теория и методика создания коммерческих наименований и рекламных текстов. Самара : Универс-групп, 2008. 156 с.
- Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М. : Языки рус. культуры, 1996. 480 с.



- Рыжков А.* Пойду по Опочининой, сверну на Карташихину... Именно так следует склонять старинные названия питерских улиц // Санкт-Петербургские ведомости. 2007. 21 авг. URL: [http://www.spbvedomosti.ru/article.htm?id=10244358@SV\\_Articles](http://www.spbvedomosti.ru/article.htm?id=10244358@SV_Articles)
- Рябов О. В.* «Россия-Матушка»: Национализм, гендер и война в России XX века. Stuttgart : Ibidem-Verlag, 2007. 270 с.
- Салимовский В. А.* Употребление слова в газетных текстах советского и постсоветского времени (семантико-стилистический анализ одной лексемы) // Научная интернет-конференция «Советская культура в современном социопро пространстве России: трансформации и перспективы», 28–29 мая 2008 г. URL: <http://elar.usu.ru/handle/1234.56789/1589>
- Санджи-Гаряева З. С., Пихурова А. А.* О судьбе советизмов в современном русском языке // Активные процессы в современном русском языке : сб. науч. тр., посвященный 80-летию со дня рождения проф. В. Н. Немченко. Нижний Новгород : Издатель Ю. А. Николаев, 2008. С. 214–219.
- Сарнов Б. М.* Наш советский новояз. Маленькая энциклопедия реального социализма. М. : Материк, 2002. 600 с.
- Селищев А. М.* Язык революционной эпохи. Из наблюдений над русским языком последних лет (1917–1926). М. : Работник просвещения, 1928. 248 с.
- Селищев А. М.* Язык революционной эпохи. Из наблюдений над русским языком последних лет (1917–1926) М. : УРСС, 2003. 248 с.
- Семенова О.* Ленин — это вещь! // Новые Известия. 2004. 11 сент.
- Сергеева Л. Н.* Учимся любить родное слово : материалы для внеклассной работы по русскому языку. Великий Новгород, 2000. 54 с.
- Серио П.* Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. М. : Прогресс, 1999. С. 337–383.
- Серио П.* Деревянный язык, чужой язык и свой язык. Поиск настоящей речи в социалистической Европе 1980-х годов // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 25. С. 160–167.
- Симмонс Э. Дж.* Политический контроль и советская литература // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 25. С. 156–163.
- Сиротинина О. Б.* Характеристика типов речевой культуры в сфере действия литературного языка // Проблемы речевой коммуникации. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2003. Вып. 2. 140 с.
- Скляревская Г. Н.* [От редактора] // Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения. СПб. : Фолио-Пресс, 1998.
- Скляревская Г. Н.* Слово в меняющемся мире. Русский язык начала XXI столетия: состояние, проблемы, перспективы // Исследования по славянским языкам. Сеул, 2001. С. 177–202.
- Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация / отв. ред. Л. П. Крысин // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. М. : Языки славян. культуры, 2003. 568 с.
- Солганик Г. Я.* К проблеме модальности текста // Русский язык: функциональные грамматические категории. Текст и контекст. М. : Изд-во МГУ, 1984.
- Солопова О. А.* Врата грядущего: утопия и реальность // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 1. С. 49–61.
- Стариков Е. Н.* Маргиналы // В человеческом измерении / под ред. А. Г. Вишневского. М. : Прогресс, 1989. С. 180–203.

- Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. Опыт исследования. М. : Языки рус. культуры, 1997. 824 с.
- Стернин И. А. Принадлежит ли язык к явлениям культуры? // Русский язык в контексте культуры. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. С. 8–20.
- Стернин И. А. Концепт и значение // ... Слово ответится. Пермь, 2006. С. 132–138.
- Строгова В. П. Древние топонимы Новгорода и его окрестностей. Новгород : Изд-во НГПИ, 1993. 42 с.
- Толстой Н. И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. М. : Наука, 1995. 340 с.
- Траченко О. П., Грицышина М. А., Афанасьев С. В., Овчинникова И. Г. Ассоциативный процесс и функциональная асимметрия мозга // Физиология человека. 2001. Т. 27. № 3. С. 284–289.
- Фесенко А., Фесенко Т. Русский язык при советах. Н.-Й. : Rausen bros., 1955. 222 с.
- Фрумкина Р. М. Психоллингвистика. М. : Академия, 2001. 316 с.
- Харламова Т. В. Ключевые слова текущего момента *сильное государство, сильная власть* на рубеже веков // Проблемы речевой коммуникации. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2008. Вып. 8. С. 138–144.
- Химик В. В. Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен. СПб., 2000. 272 с.
- Хлебников С. Дума доктора Моро // Новая новг. газета. 2004. 1 сент.
- Ходорковский М. Левый поворот // Ведомости. 2005. 1 авг.
- Ходорковский М. Левый поворот-3. Глобальная perestroika // Ведомости. 2008. 7 нояб.
- Червиньски П. Семантика негативно-оценочных категорий при обозначении лиц в языке советской действительности // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2007. Вып. 3. С. 118–133.
- Чернова О. Е. Концепт «труд» как объект идеологизации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 20 с.
- Чудакова М. О. Новые работы: 2003–2006. М. : Время, 2007. 560 с.
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М. : Флинта : Наука, 2006. 256 с.
- Шанский Н. М. Слова, рожденные Октябрем : кн. для учащихся. М. : Просвещение, 1987. 98 с.
- Шапир М. И. Донос: социоллингвистический аспект (игра словами как средство языковой политики) // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры. М. : Индрик, 2006. С. 483–492.
- Шкуренко Н. Имя порицательное. Администрации Санкт-Петербурга рекомендовали убрать большевиков со схемы метрополитена // Время новостей. 2008. 25 июля. URL: <http://www.vremya.ru/2008/133/12/209137.html>
- Шмелев А. Д. Плюрализм этических систем в свете языковых данных // Логический анализ языка. Языки этики. М. : Языки рус. культуры, 2000. С. 380–389.
- Шмелев А. Д. Русская языковая модель мира : материалы к словарю. М. : Языки славян. культур, 2002.
- Шмелев А. Д. Сквозные мотивы русской языковой картины мира // Русское слово в мировой культуре. СПб. : Политехника, 2003. Т. 1.
- Шмелев А. Д. Новомосковская школа концептуального анализа // Научное наследие академика Ф. Ф. Фортунатова и современное языкознание. Петрозаводск, 2004. С. 16–23.

- Шмелева Т. В.* Современная топонимия: семантика и семиотика // Лингвистическое краеведение : межвуз. сб. науч. тр. Пермь, 1991а. С. 33–37.
- Шмелева Т. В.* Ул. им. Переименования всех улиц // Краснояр. комсомолец. 1991б. 19 окт.
- Шмелева Т. В.* Древние топонимы в современной городской среде // Топонимия и диалектная лексика Новгородской земли : материалы Междунар. науч. конф. «Историческая топонимика Великого Новгорода и Новгородской земли», 13–15 нояб. 2001 г. Великий Новгород, 2001. С. 32–35.
- Шмелева Т. В.* Как обращаться с Чудинцевой улицей, или Чудеса с окончаниями, падежами и прилагательными // Новг. ведомости. 2007а. 16 янв.
- Шмелева Т. В.* Одной Чудинцевой сыт не будешь, или Немного о грамматике притяжательности // Новг. ведомости. 2007б. 30 мая.
- Шмелева Т. В.* Притяжательные прилагательные: почему не сбывается виноградский прогноз? // Инструментарий русистики: корпусные подходы (=Slavica Helsingiensia; 34). Helsinki : Helsinki univ. press, 2008а. С. 358–371.
- Шмелева Т. В.* Красноярск как текст: французская страничка // Российский лингвистический ежегодник. Красноярск, 2008б. Вып. 3. С. 194–201.
- Anderson R. D.* «Look at all those nouns in a row». Authoritarianism, democracy, and the iconicity of political Russian // Political communication. 1996. Vol. 13. № 2. P. 145–164.
- Anderson R. D.* Speech and democracy in Russia. Responses to political texts in three russian cities // British journal of political science. 1997. Vol. 27. P. 23–45.
- Anderson R. D.* The recursive origins of russian democratic politics // Postcommunism and the theory of democracy. Princeton : Princeton univ. press, 2001а. P. 96–125.
- Anderson R. D.* Metaphors of dictatorship and democracy. Change in the Russian political lexicon and the transformation of Russian politics // Slavic review. 2001b. Vol. 60. № 2. P. 312–335.
- Anderson R. D.* The causal power of metaphor. Cueing democratic identities in Russia and beyond // Metaphorical world politics. Rhetorics of democracy, war and globalization / ed. by F. A. Beer [et al.]. East Lansing : Michigan State univ. press, 2004. P. 91–108.
- Anderson R. D.* The causal power of metaphor. Cueing democratic identities in Russia and beyond // Metaphorical world politics. Rhetorics of democracy, war and globalization. East Lansing, 2005.
- Baecklund A.* Die univerbierenden Verkürzungen der heutigen russischen Sprache : diss. Uppsala, 1940. 141 s.
- Belin L.* The Russian media in the 1990s // Journal of communist studies and transition policies. 2002. Vol. 18. № 1. P. 139–160.
- Bell D.* Ten theories in search of reality. The prediction of soviet behavior in the social sciences // World politics. 1958. Vol. 10. P. 327–365.
- Benn D.* Glasnost in the soviet media. Liberalization or public relations? // Journal of communist studies. 1987. Vol. 3. № 3. P. 267–276.
- Benn D.* Persuasion and soviet politics. Oxford : Basil Blackwell, 1989. 253 p.
- Bourmeyster A.* Soviet political discourse, narrative program and the skaz theory // The Soviet Union: party and society / ed. by P. J. Potichnyj. Cambridge : Cambridge univ. press, 1988. P. 107–120.
- Bruchis M.* The nationality policy of the CPSU and its reflection in soviet sociopolitical terminology // The Soviet Union: party and society / ed. by P. J. Potichnyj. Cambridge : Cambridge univ. press, 1988. P. 121–141.

- Comrie B., Stone G.* The Russian language since the Revolution. Oxford : OUP, 1978. 278 p.
- Comrie B., Stone G., Polinsky M.* The Russian language in the twentieth century. Oxford : Clarendon press, 1996. 385 p.
- DeLuca A. R.* Politics, diplomacy, and the media: Gorbachev's legacy in the West. Westport, CT : Praeger publishers, 1998. 176 p.
- Dewhurst M.* Censorship in Russia, 1991 and 2001 // Journal of communist studies and transition policies. 2002. Vol. 18. № 1. P. 21–34.
- Downing J.* Trouble in the backyard. Soviet media reporting on the Afghanistan conflict // Journal of communication. 1988. Vol. 2. P. 5–32.
- Downing J.* Internationalizing media theory. Transition, power, culture. Reflections on media in Russia, Poland and Hungary 1980–1995. L. : SAGE, 1996. 269 p.
- Downing J.* Issues for media theory in Russia's transition from dictatorship // Media development. 2002. Vol. 1. P. 7–12.
- Dunn J.* The transformation of Russian from a language of the soviet type to a language of the western type // Language and society in post-communist Europe. Selected papers from the Fifth World Congress of Central and East European Studies. Warsaw, 1995. Basingstoke : MacMillan, 1999. P. 3–22.
- Epstein M.* Relativistic patterns in totalitarian thinking. An inquiry into the language of soviet ideology. Washington. The Woodrow Wilson International Center for Scholars, 1991 (Kennan Institute for Advanced Russian Studies, Occasional Paper, # 243).
- Erol N.* Ideology as political discourse: a case study of print media discourses on Glasnost and Perestroika : diss. East Lansing : Michigan state univ., 1993. 465 p.
- Essais sur le Discours Soviétique: semiologie, linguistique, analyse discursive.* Grenoble, 1981.
- Frank V. S.* Soviet studies in Western Europe (Britain) // The state of soviet studies / ed. by W. Laqueur [et al.]. Cambridge, Mass. : M.I.T. Press, 1965. P. 52–58.
- Galler M., Marquess H. E.* Soviet prison camp speech. A Survivor's Glossary: Supplement by terms from the works of A. I. Solzenicyn. Madison, Wisc. : Wisconsin univ. press, 1972. 216 p.
- Gallis A.* Zu Syntax und Stil der gegenwärtigen russischen Zeitungssprache // To honour Roman Jakobson's Gravenhage. Paris, 1967. S. 697–706.
- Gibbs J.* Gorbachev's Glasnost. The soviet media in the first phase of perestroika. College Station : Texas A & M univ. press, 1999. 147 p.
- Goban-Klas T.* Gorbachev's Glasnost. A concept in need of theory and research // European journal of communication. 1989. Vol. 4. № 3. P. 247–254.
- Haudressy D.* Les mutations de la langue russe. Ces mots qui disent l'actualité. Paris : Institut d'Études Slaves, 1992. 269 p.
- Hollander D.* Soviet Political Indoctrination: Developments in Mass Media and Propaganda Since Stalin. N. Y. : Praeger publisher, 1972. 244 p.
- Horbatsch O.* Russische Gaunersprache (Specimina Philologiae Slavicae). Frankfurt am Main, 1982. Bd. 16.
- Hubenschmid M.* Text und Handlungsrepräsentation. Ein Analysemodell politischer Rede am Beispiel V. I. Lenins. München : Sagner, 1998. 244 s.
- Inkeles A.* Public opinion in soviet Russia. A study in mass persuasion. Cambridge, Mass. : Harvard univ. press, 1950. 380 p.

- Ivie R. L.* Cold War motives and the rhetorical metaphor. A framework of criticism // Cold War rhetoric: strategy, metaphor, and ideology. East Lansing : Michigan state univ. press, 1997. P. 71–79.
- Jones A.* The press in transition: a comparative study of Nicaragua, South Africa, Jordan, and Russia. Hamburg : Deutsches Übersee-Institut. 496 p.
- Kecskemeti P.* The soviet approach to international political communication // The public opinion quarterly. 1956. Vol. 20. № 1. [Special issue on studies in political communication]. P. 299–308.
- Klein K.* Die Abkürzungen in der heutigen russischen Sprache. Graz, 1949. 109 p.
- Language of power. Studies in quantitative semantics / H. Lasswell [et al.]. N. Y. : George W. Stewart, 1949. 402 p.
- Leites N.* A study of bolshevism. Glencoe, Ill. : Free press, 1954. 639 p.
- Lendvai P.* The bureaucracy of truth. How communist governments manage the news. L. : Burnett books, 1981. 285 p.
- Lippmann W., Merz Ch.* A test of the news. A supplement to «The New Republic». 1920. 4 Aug. 42 p.
- Malcolm N.* The soviet concept of a Common European House // The changing Soviet Union in the New Europe / ed. by J. Iivonen. Aldershot : Edward Elgar, 1991. P. 45–82.
- Mazon A.* Lexique de la guerre et de la révolution en Russie (1914–1918). Paris : Édouard Champion, 1920. 65 p.
- McNair B.* Glasnost, restructuring and the soviet media // Media, culture and society. 1989. Vol. 11. № 3. P. 327–349.
- McNair B.* Glasnost, perestroika, and the soviet media. L. ; N. Y. : Routledge, 1991. 231 p.
- Mendelson S. E., Gerber T. P.* Soviet nostalgia: an impediment to Russian democratization // The Washington quarterly. Winter 2005–2006. 29:1. P. 83–96.
- Mendras E.* Remarques sur le vocabulaire de la Révolution russe // Mélanges publiés en l'honneur de Paul Boyer / Institut d'Etudes Slaves. Paris : Champion, 1925. P. 257–269.
- Mickiewicz E.* Media and the Russian public. N. Y. : Praeger, 1981. 156 p.
- Mossman E.* Changing patterns of russian political discourse. A dictionary of russian politics 1985-present. Washington, D. C. : National Council for Soviet and East European Research, 1991. 28 p.
- Murray J.* The russian press from Brezhnev to Yeltsin. Behind the paper curtain (studies of communism in transition). Aldershot : Edward Elgar, 1994. 304 p.
- Mustajoki A.* The integrum database as a powerful tool in research on contemporary Russian // Integrum: точные методы и гуманитарные науки / ред.-сост. Г. Никипорец-Такигава. М. : Летний сад, 2006. P. 50–75. URL: [http://www.helsinki.fi/~mustajoki/pdf/Integrum\\_eng.pdf](http://www.helsinki.fi/~mustajoki/pdf/Integrum_eng.pdf)
- Mustajoki A.* What can literature do? Varietas et Concordia : Essays in honour of professor Pekka Pesonen on the occasion of his 60th birthday / ed. by B. Hellman [et al.]. Хелсинки, 2007 (= Slavica Helsingiensia; 31). P. 64–75. URL: [http://www.helsinki.fi/~mustajoki/pdf/SH31\\_PP60.pdf](http://www.helsinki.fi/~mustajoki/pdf/SH31_PP60.pdf)
- Nikolayenko O.* Contextual effects on historical memory. Woviet nostalgia among post-soviet adolescents // Communist and post-communist studies. 2008. 41. P. 243–259.
- Niqueux M.* Vocabulaire de la perestroika. Paris : Editions universitaires, 1990. 241 p.
- Paivio A., Yuill J., Madigan S.* Concreteness, imagery and meaningfulness values for 925 nouns // Journal of experimental psychology : monograph supplement. 1968. V. 76. № 1. Part 2. P. 115–128.

- Patrick G.* A list of abbreviations commonly used in the U.S.S.R. Berkeley : Univ. of California, 1937. 124 p.
- Political discourse in transition in Europe 1989–1991 / ed. by P. Chilton [et al.]. Amsterdam : John Benjamins, 1998. 272 p.
- Popp H.* Ideologie und Sprache. Untersuchung sprachlicher Veränderungen und Neuerungen im Kontext der politischen und wirtschaftlichen Umgestaltungsprozesse in der ehemaligen Sowjetunion. Marburg : Biblion, 1997. 273 s.
- Rathmayr R.* Von Коммерсантъ bis джаст-ин-тайм: Wiederbelebungen, Umwertungen und Neubildungen im Wortschatz der Perestrojka // Slavistische Linguistik 1990 : Referate des XVI. Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffen / Hrsg. von K. Hartenstein [et al.]. München : Sagner, 1991. S. 189–232.
- Rossi J.* The Gulag handbook. A Historical dictionary of soviet penitentiary institutions and terms related to the forced labour camps. L. : Overseas publications interchange Ltd., 1987. 546 p.
- Roxburgh A.* Pravda, inside the soviet news machine. L. : Victor Gollancz, 1987. 285 p.
- Rush M.* The rise of Khrushchev. Washington : Public affairs press, 1958. 116 p.
- Russell J. S., Carsten S.* The impact of Gorbachev's new thinking on the Russian language // Rusistika. 1996. № 13. P. 26–33.
- Ryazanova-Clarke L., Wade T.* The Russian language today. L. ; N. Y. : Routledge, 1999. 359 p.
- Schäffner Ch., Trommer S.* Das Konzept des gemeinsamen europäischen Hauses im Russischen und Englischen // Gibt es eine prototypische Wortschatzbeschreibung? Eine Problemdiskussion / Hrsg. von Ch. Schäffner. Berlin : Zentralinstitut für Sprachwissenschaft, 1990. P. 80–91.
- Schantej A.* Sprache als Ideologieträger am Beispiel der sowjetischen Presse (1975–1983). Wien, 1987.
- Schramm W.* The soviet communist theory // Four theories of the press. Urbana : Univ. of Illinois press, 1956. P. 105–146.
- Sériot P.* Analyse du discours politique Soviétique. Paris : éd. I. E. S., 1985. 362 p.
- Sériot P.* De l'amour de la langue à la mort de la langue // Essais sur le discours soviétique / Univ. de Grenoble III. 1986a. № 6. P. 1–19.
- Sériot P.* Langue et langue de bois en Pologne // M. O. T. S. 1986b. № 13. P. 181–189.
- Sériot P.* Et ils n'auront qu'une seule langue (Eléments pour une typologie des projets de langue universelle du communisme en URSS) // Essais sur le discours soviétique / Univ. de Grenoble III. 1988a. № 8. P. 1–21.
- Sériot P.* Rome, Byzance et la politique de la langue en URSS // Cahiers du Monde russe et soviétique. 1988b. Vol. 29 (3–4). P. 567–574.
- Sériot P.* Langue de bois, langue de l'autre et langue de soi. La quête du parler vrai en Europe socialiste dans les années 1980 // M. O. T. S. 1989. № 21. P. 50–66.
- Sériot P.* La langue du peuple // Ces langues que l'on dit simple / F. Gadet (éd.). LINX (Univ. de Paris X). 1991. № 25. P. 121–139.
- Sériot P.* La langue, corps pur de la nation. Le discours sur la langue dans la Russie brejnévienne // Les Temps Modernes. 1992. № 550. P. 186–208.
- Stegemann K.* Die Bedeutung der Sprache für die sowjetische Meinungssteuerung // Osteuropa XI. 1961. H. 2. S. 98–108.
- Thom F.* La Langue de Bois. Paris : Julliard, 1987. 225 p.
- Thom F.* Newspeak. The language of soviet ideology. L., 1989.

- Turoma S.* Empire, tourism, nostalgia: Joseph Brodsky and Travel Writing : doct. diss. / Department of Slavonic. 2008.
- Turpin J.* Reinventing the soviet self. media and social change in the former Soviet Union. Westport, CT : Praeger, 1995. 154 p.
- Urban M.* The structure of signification in the General Secretary's address. A semiotic approach to soviet political discourse // *Coexistence*. 1987. Vol. 24. № 3. P. 187–210.
- Urban M.* Political language and political change in the USSR: notes on the Gorbachev leadership // *The Soviet Union: party and society* / ed. by P. J. Potichnyj. Cambridge : Cambridge univ. press, 1988. P. 87–106.
- Urban M.* The russian free press in the transition to a post-communist society // *The journal of communist studies*. 1993. Vol. 9. № 2. P. 20–40.
- Venclova T.* Two russian sub-languages and russian ethnic identity // *Ethnic Russia in the URSS. The dilemma of dominance*. N. Y., 1980.
- Walker E. W.* Dissolution. Sovereignty and the breakup of the Soviet Union. Lanham : Rowman & Littlefield publishers, 2003. 224 p.
- Weiss D.* Prolegomena zur Geschichte der verbalen Propaganda in der Sowjetunion // *Slavistische Linguistik* 1994. Referate des 20. Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens / Hrsg. von D. Weiss. München : Otto Sagner, 1995. S. 343–391.
- Weiss D.* Die Entstalinisierung des propagandistischen Diskurses (am Beispiel der Sowjetunion und Polens) // *Schweizer. Beiträge zum XII. Internationalen Slavisten-Kongress 1998 in Krakau* / Hrsg. von J. P. Locher. Frankfurt ; Bern : Peter Lang, 1998. S. 461–506.
- Weiss D.* Der alte Mann und die neue Welt. Chruščevs Umgang mit «alt» und «neu» // *Vertograd mnogocvėtnyi. Festschrift für H. Jachnow* / Hrsg. von W. Girke [et al.]. München : Otto Sagner, 1999a. S. 271–292.
- Weiss D.* Mißbrauchte Folklore? Zur propagandistischen Einordnung des «sovetskij fol'klor» // *Slavistische Linguistik* 1998. Referate des XXIV. Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens. Wien, 15–18 Sept. 1998 / Hrsg. von R. Rathmayr [et al.]. München : Otto Sagner, 1999b. S. 283–324.
- Weiss D.* Alle vs. einer. Zur Scheidung von good guys und bad guys in der sowjetischen Propagandasprache // *Slavistische Linguistik*, 1999. Referate des XXV. Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens, Konstanz / Hrsg. von W. Breu. München : Otto Sagner, 2000a. S. 235–285.
- Weiss D.* Die Verwesung vor dem Tode. N. S. Chruščevs Umgang mit Fäulnis-, Aas- und Müllmetaphern // *Der Tod in der Propaganda (Sowjetunion und Volksrepublik Polen)* / Hrsg. von D. Weiss. Bern ; Frankfurt : Peter Lang, 2000b. S. 191–258.
- Weiss D.* Personalstile im Sowjetsystem? Stalin und Chruščev im Vergleich // *Wege der Kommunikation in der Geschichte Osteuropas. Festschrift für C. Goehrke* / N. Boškowska [et al.]. Köln ; Weimar : Böhlau, 2002. S. 223–252.
- White S.* The effectiveness of political propaganda in the USSR // *Soviet studies*. 1980. Vol. 32. № 3. P. 323–348.
- Zemtsov I.* Lexicon of soviet political terms: manipulation of a language. A guide to the Soviet Orwellian alteration of the russian language. Fairfax : Hero Books, 1984. 279 p.
- Zybatow L. N.* Russisch im Wandel: Die russische Sprache seit der Perestrojka. Wiesbaden : Harrassowitz Verlag, 1995. 350 s.

## Сведения об авторах

**Амиров Валерий Михайлович** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).

**Артамонова Ольга Евгеньевна** — ведущий социолог. Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого (Новгород, Россия).

**Будаев Эдуард Владимирович** — кандидат филологических наук. Нижнетагильская государственная педагогическая академия (Нижний Тагил, Россия).

**Вепрева Ирина Трофимовна** — доктор филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).

**Голомидова Марина Васильевна** — доктор филологических наук. Уральский государственный технический университет — УПИ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия).

**Гудова Маргарита Юрьевна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).

**Ермоленкина Лариса Ивановна** — кандидат филологических наук. Томский государственный университет (Томск, Россия).

**Енина Лидия Владимировна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).

**Ильина Ольга Владимировна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).



- Каминская Татьяна Леонидовна** — кандидат филологических наук. Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого (Новгород, Россия).
- Купина Наталия Александровна** — доктор филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).
- Майданова Людмила Михайловна** — доктор филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).
- Михайлова Ольга Алексеевна** — доктор филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).
- Михайлова Юлия Николаевна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).
- Мустайоки Арто** — доктор-профессор. Хельсинкский университет (Хельсинки, Финляндия).
- Овчинникова Ирина Германовна** — доктор филологических наук. Пермский государственный университет (Пермь, Россия).
- Павлова Наталья Сергеевна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).
- Пикулева Юлия Борисовна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).
- Резанова Зоя Ивановна** — доктор филологических наук. Томский государственный университет (Томск, Россия).
- Романенко Андрей Петрович** — доктор филологических наук. Педагогический институт Саратовского госуниверситета им. Н. Г. Чернышевского (Саратов, Россия).
- Саломатина Мария Сергеевна** — кандидат филологических наук. Воронежский государственный университет (Воронеж, Россия).
- Санджи-Гаряева Зоя Санджиевна** — кандидат филологических наук. Педагогический институт Саратовского госуниверситета им. Н. Г. Чернышевского (Саратов, Россия).
- Стернин Иосиф Абрамович** — доктор филологических наук. Воронежский государственный университет (Воронеж, Россия).
- Туксаитова Райхан Омерзаковна** — доктор филологических наук. Аграрный университет им. Сакена Сейфуллина (Акмалы, Казахстан).

**Чепкина Элина Владимировна** — доктор филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).

**Чудинов Анатолий Прокопьевич** — доктор филологических наук. Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург, Россия).

**Шалина Ирина Владимировна** — кандидат филологических наук. Уральский государственный университет им. А. М. Горького (Екатеринбург, Россия).

**Шмелёв Алексей Дмитриевич** — доктор филологических наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН (Москва, Россия).

**Шмелёва Татьяна Викторовна** — доктор филологических наук. Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого (Новгород, Россия).

## Abstract

This two-volume collective monograph explores, from an interdisciplinary perspective, the values, stereotypes, texts and images of Soviet culture in their historical development and transformations. Focusing on the problem of Soviet cultural heritage, the authors of the monograph develop comprehensive analytical tools to systematize diverse cultural material.

The works comprising the Volume Two of the current monograph offer an analysis of Soviet cultural past from the standpoints of linguo-cultural, sociolinguistic and psycho-linguistic approaches, as well as of pragmatic communication model and cultural studies theories. Drawing their material from Soviet dictionaries, various mass media genres, advertisement, Internet texts, political discourses and the everyday communication, scholars analyze verbal signs and Soviet ideological codes. Several studies perform the semiotic diagnostics of cultural texts and test the hypothesis of «event-field» activation of Soviet cultural practices. These studies offer an interpretation of the demand for Soviet culture in today's Russia.

Volume Two is addressed to philologists, sociologists, journalists, students of cultural studies, social workers and cultural entrepreneurs.

*Научное издание*

СОВЕТСКОЕ ПРОШЛОЕ  
И КУЛЬТУРА НАСТОЯЩЕГО

Монография

В двух томах

Том 2

Ответственный за выпуск *И. С. Малечко*

Редактор и корректор *В. И. Первухина*

Компьютерная верстка *Н. Ю. Михайлов*



---

Подписано в печать 14.10.2009. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Гарнитура «Times».

Уч.-изд. л. 25,3. Усл. печ. л. 22,9.

Тираж 500 экз. Заказ № 986.

Издательство Уральского университета  
620083, Екатеринбург, пр. Ленина, 51

Отпечатано в ИПЦ «Издательство УрГУ»  
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.

*Научное издание*

СОВЕТСКОЕ ПРОШЛОЕ  
И КУЛЬТУРА НАСТОЯЩЕГО

Монография

В двух томах

Том 2

Ответственный за выпуск *И. С. Малечко*

Редактор и корректор *В. И. Первухина*

Компьютерная верстка *Н. Ю. Михайлов*



---

Подписано в печать 14.10.2009. Формат 60×84 1/16.

Бумага офсетная. Гарнитура «Times».

Уч.-изд. л. 25,3. Усл. печ. л. 22,9.

Тираж 500 экз. Заказ № 986.

Издательство Уральского университета  
620083, Екатеринбург, пр. Ленина, 51

Отпечатано в ИПЦ «Издательство УрГУ»  
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.